



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ**  
**FACULDADE DE DIREITO**  
**PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DIREITO**

**EULÁLIA EMÍLIA PINHO CAMURÇA**

**JUDICIALIZAÇÃO DAS *FAKE NEWS* NA DESORDEM DO ECOSISTEMA  
INFORMACIONAL DIGITAL: DEVIRES DO CAMPO ELEITORAL**

**FORTALEZA**

**2021**

EULÁLIA EMÍLIA PINHO CAMURÇA

JUDICIALIZAÇÃO DAS *FAKE NEWS* NA DESORDEM DO ECOSISTEMA  
INFORMACIONAL DIGITAL: DEVIRES DO CAMPO ELEITORAL

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Direito, da Faculdade de Direito da Universidade Federal do Ceará, como requisito parcial para a obtenção do título de Doutora em Direito. Área de concentração: Ordem jurídica constitucional.

Orientador: Prof. Dr. João Luís Nogueira Matias.

Coorientador: Prof. Dr. Diogo Rais Rodrigues Moreira.

FORTALEZA

2021

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação  
Universidade Federal do Ceará  
Biblioteca Universitária  
Gerada automaticamente pelo módulo Catalog, mediante os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

---

- C17j Camurça, Eulália Emília Pinho.  
Judicialização das fake news na desordem do ecossistema informacional digital : devires do campo eleitoral / Eulália Emília Pinho Camurça. – 2021.  
269 f.: il. color.
- Tese (doutorado) – Universidade Federal do Ceará, Faculdade de Direito, Programa de Pós-Graduação em Direito, Fortaleza, 2021.  
Orientação: Prof. Dr. João Luís Nogueira Matias.  
Coorientação: Prof. Dr. Diogo Rais Rodrigues Moreira.
1. Verdade. 2. Fake news. 3. Internet. 4. Justiça Eleitoral. 5. Direito à informação. I. Título.
- CDD 340
-

EULÁLIA EMÍLIA PINHO CAMURÇA

JUDICIALIZAÇÃO DAS *FAKE NEWS* NA DESORDEM DO ECOSISTEMA  
INFORMACIONAL DIGITAL: DEVIRES DO CAMPO ELEITORAL

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Direito, da Faculdade de Direito da Universidade Federal do Ceará, como requisito parcial para a obtenção do título de Doutora em Direito. Área de concentração: Ordem jurídica constitucional.

Aprovada em: 31/03/2021.

BANCA EXAMINADORA

---

Prof. Dr. João Luís Nogueira Matias (Orientador)  
Universidade Federal do Ceará (UFC)

---

Prof. Dr. Diogo Rais Rodrigues Moreira (Coorientador)  
Universidade Presbiteriana Mackenzie (UPM)

---

Prof.<sup>a</sup> Dra. Raquel Cavalcanti Ramos Machado  
Universidade Federal do Ceará (UFC)

---

Prof.<sup>a</sup> Dra. Aurea Suely Zavam  
Universidade Federal do Ceará (UFC)

---

Prof. Dr. George Marmelstein Lima  
Centro Universitário 7 de Setembro (UNI7)

## AGRADECIMENTOS

Agradecer é ser no outro. É entender que nenhum caminho se caminha só. E o caminho percorrido pela elaboração da tese é traçado com o apoio de muitas mãos, mentes e corações. Há toda uma rede de afetos e suportes envolvida neste acontecimento. São inúmeras as pessoas que estiveram comigo neste trajeto, que seguraram a mão, que arrojaram o pensamento, que suportaram as dores e que estimularam a alma a ser forte para fazer o melhor trabalho possível a fim de retribuir o investimento realizado pela sociedade brasileira à universidade pública.

Jamais conseguiria nomear todas em tão breve tempo, por isso, me concentrarei naquelas que estiveram envolvidas de maneira mais próxima neste calidoscópico de cores diversas e intensas. Inicialmente agradeço a Deus e à minha família. Ao meu filho Benício, que passou cinco anos da sua infância me vendo sentada por horas diante do computador, que se tornou doutor antes da mãe, um doutor do ABC. Vê-lo decifrar as palavras me deu ainda mais força para pesquisar sobre como pensar num mundo melhor para as leituras dele. Ao meu marido, Mário, e sua generosidade imensa, que me deu todo suporte emocional e segurou todas as dificuldades possíveis e impossíveis para que eu me ausentasse e me dedicasse aos estudos.

Ao amor da minha mãe, Socorro Camurça, e ao meu pai, José Ribeiro que, mesmo já ausente dos dias, sempre sonhou em me ver formada em Direito e acho que ficaria muito feliz em presenciar esta conquista que nos é tão cara. Ao meu irmão, Irapuan Camurça, e à minha cunhada, Socorro Camurça, minhas eternas fortalezas. Aos meus sobrinhos Caio, com sua serenidade, à Taís, com sua inspiração, e à Lia, com sua preciosa amizade e sua colaboração incansável.

Minha gratidão profunda aos meus mestres. À orientação elegante, precisa e respeitosa do professor João Luís, à coorientação arrojada do professor Diogo Rais e à generosidade intelectual dos professores Aurea Zavam, George Marmelstein e Raquel Machado, cujas palavras e pontuações por demais pertinentes compartilhadas na qualificação me iluminaram no processo de pensar e de escrever.

Aos ensinamentos dos professores do PPGDIR, que, desde o mestrado, tanto influenciaram na minha formação e que trouxeram legados impressos neste trabalho e em toda a minha vida. Especialmente, Carlos Cintra, Denise Lucena, Juliana Diniz, Gustavo Cabral, Marcelo Guerra, Raquel Coelho, Tarin Motalverne e Thereza Rachel.

Ao suporte importantíssimo da psicóloga dra. Raquel Libório, do Departamento de Psicologia da UFC, e do estatístico Antônio Brazil Viana Júnior, da Ebserh/UFC, que colaboraram na elaboração do capítulo de análise por meio dos estudos qualitativos e quantitativos.

À irmandade de Elizabeth Alice, minha grande amiga da vida e da academia. Aos cafés com Liliane Gondim e Ana Carolina Farias, quando nos batizamos de terminais e formamos uma rede de apoio para finalizar a missão do doutorado, mesmo diante dos mais variados desafios. Às caronas do Ulisses Reis, às inquietações de Cláudio Alcântara e Holanda Segundo. À generosidade permanente e elegante de Lara Vieira, às conversas com Tainah Sales, Sofia Laprovítera, Dahiana Araújo e Cândida Nobre. Aos ensinamentos dos professores Lucineudo Irineu e Fernando Lincoln Carneiro Leão Mattos.

À paciência de Aline Oliveira e Susy Costa, minhas amigas de trabalho da TV Verdes Mares, que colaboraram para que eu conseguisse conciliar a vida de pesquisadora e jornalista.

Aos meus colegas professores da Uni7, que me trouxeram ainda mais ânimo para este caminhar. Ao estímulo da professora doutora Maria Vital, ao afeto de Magela Lima, Ana Márcia Diógenes, Dilson Alexandre e Paulo Carvalho e à força de Leandro Macêdo, Danilo Fontenele, Alécio Diniz, Alisson Melo, Raul Nepomuceno e Lara Dourado.

À amizade de Germana Belchior, que fez uma leitura atenta e dedicada na construção da tese. Ao olhar de Armando Figueiredo. À coragem de Cristiane Bonfim, com quem apresentei parte dos estudos num evento da Unesco e da Abrasd.

Minha gratidão também às amigas que fiz no mestrado e que seguem me acompanhando na vida, as painéis batizadas pelo querido e inesquecível professor Paulo Bonavides: Elizabeth Alice, Erika, Christiane, Denise, Dani e Laís Fortaleza. Às minhas amigas queridas da vida Ana Quezado, Adriana Balbhy, Cynthia Queiroz, Cristiane Sampaio, Desisee Abreu, Lianne Quezado e Neda Blythman, que também me ajudaram com a escuta e o acolhimento, inclusive da vida acadêmica.

Aos meus alunos da Uni7, que me estimularam a estudar ainda mais, aos que me acompanharam no trabalho de educação midiática, e aos que me ajudam todos os dias a repensar sobre o saber.

À universidade pública, instituição que desejo vida longa a proporcionar o aquecimento de tantas mentes e corações.

## RESUMO

A presente tese tem a premissa de compreender o papel do Judiciário dentro das dinâmicas e complexas implicações das *fake news* no sistema democrático, marcado cada vez mais por polarização e por uma constante guerra de narrativas. O estudo justifica-se no cenário contemporâneo, em que a produção de informações fraudulentas traz repercussões num cenário informativo que não valoriza a qualidade e a correção, mas os resultados na disputa pelo poder. Isso ocorre dentro da concepção filosófica da pós-verdade e da distribuição de conteúdo por meio de algoritmos na internet, tornando a desinformação um fenômeno de diversos matizes, de difícil solução, com efeitos preocupantes. O contexto estimulou a pergunta de partida: quais os legados das decisões da Justiça Eleitoral sobre as *fake news* nas eleições gerais de 2018, que foram marcadas pela desordem informacional digital? Trata-se de um estudo inédito diante de suas composições teóricas e metodológicas, desenhado em seis capítulos, que promovem diálogos interdisciplinares entre os campos do Direito, da Comunicação, da Ciência Política, da Filosofia, da Tecnologia e da Linguística. As inquietações da pergunta desenharam o objetivo geral de compreender o papel do Tribunal Superior Eleitoral diante da disseminação de *fake news* eleitorais. Para atender às questões da tese, seguiu-se o método dedutivo, de natureza quantiquantitativa, utilizando fontes bibliográficas e pesquisa documental, além da empiria jurisprudencial, realizada com auxílio de formulário Google Docs, do *software* Iramuteq e da técnica de análise de conteúdo. Parte-se da hipótese de que o Judiciário brasileiro deve valer-se de perspectivas sistêmicas e complexas para lidar com os fenômenos das fraudes digitais. Conclui-se que o problema da desinformação é permanentemente reeditado e ganha novos formatos dentro do universo digital e demanda soluções sistêmicas, inclusive da Justiça Eleitoral, que deve contribuir para um ambiente de liberdade de expressão, mas seguir se atualizando e deliberando com ainda mais agilidade para não ser só mais um *side* dentro da desordem informacional digital.

**Palavras-chave:** Verdade. *Fake news*. Internet. Justiça Eleitoral. Direito à informação.

## ABSTRACT

The present thesis aims to understand the role of the judiciary within the dynamic and complex implications of fake news in the democratic system, increasingly marked by polarization and a constant war of narratives. The study is justified in the contemporary scenario in which the production of fraudulent information has repercussions in an informational scenario that does not value quality and correctness, but the results in the dispute for power. What happens within the philosophical conception of the post-truth and the distribution of content through algorithms on the internet making disinformation a phenomenon of different shades, difficult to solve and worrying effects. The context stimulated the starting question is: what are the legacies of the electoral justice decisions on fake news in the 2018 general elections, which were marked by digital information disorder? It is an unprecedented study in view of its theoretical and methodological compositions drawn in five chapters that promote interdisciplinary dialogues between the fields of law, communication, political science, philosophy, technology and linguistics. The concerns of the question make the general objective of understanding the role of Superior Electoral Court in the face of the spread of electoral fake news. In order to answer the questions of the thesis, a quantitative and qualitative deductive method was chose, using bibliographic sources and documentary research, in addition to the jurisprudential empirics carried out with the help of the Google Docs form, the Iramuteq software and the content analysis technique. It starts from the hypothesis that the Brazilian judiciary must use systemic and complex perspectives to deal with the phenomena of digital fraud. It is concluded that the problem of disinformation is permanently reissued and takes new formats within the digital universe and demands systemic solutions, including the Electoral Justice, which should contribute to an environment of freedom of expression, but keep updating and deliberating with even more agility so as not to be just another side within the digital informational disorder.

**Keywords:** Truth. Fake news. Internet. Electoral justice. Right to information.



## RÉSUMÉ

Cette thèse a pour principe de comprendre le rôle du pouvoir judiciaire dans les implications dynamiques et complexes des fake news dans le système démocratique, de plus en plus marqué par la polarisation et par une guerre constante des récits. L'étude se justifie dans le scénario contemporain où la production d'informations frauduleuses a des répercussions dans un scénario informationnel qui ne valorise pas la qualité et l'exactitude, mais les résultats dans la lutte pour le pouvoir. Que se passe-t-il au sein de la conception philosophique de la post-vérité et de la diffusion de contenu via des algorithmes sur internet en faisant de la désinformation un phénomène de différentes nuances, difficile à résoudre et aux effets inquiétants ? Ce contexte a stimulé la question de départ: quels sont les héritages des décisions de justice électorale sur les fausses informations lors des élections générales de 2018, qui ont été marquées par le désordre de l'information numérique? Il s'agit d'une étude inédite au vu de ses compositions théoriques et méthodologiques conçues en cinq chapitres qui favorisent les dialogues interdisciplinaires entre les domaines du droit, de la communication, des sciences politiques, de la philosophie, de la technologie et de la linguistique. Les préoccupations suscitées par la question ont conduit à l'objectif général de comprendre le rôle de la Cour Suprême face à la diffusion des fake news dans le domaine électoral. Afin de répondre aux questions de la thèse, une méthode déductive de nature quantitative et qualitative a été suivie, en utilisant des sources bibliographiques et des recherches documentaires, en plus de l'empirisme jurisprudentiel réalisé à l'aide du formulaire Google Docs, du logiciel Iramuteq et de la technique l'analyse de contenu. L'étude part de l'hypothèse que la justice brésilienne doit utiliser des perspectives systémiques et complexes pour faire face aux phénomènes de fraude numérique. En conclusion, le problème de la désinformation est en permanence réédité et gagne de nouveaux formats dans l'univers numérique en demandant des solutions systémiques, y compris celle de la justice électorale, qui devrait contribuer à un environnement de liberté d'expression, mais continuer à se mettre à jour et à délibérer avec encore plus d'agilité afin de ne pas être juste une autre facette du désordre informationnel numérique.

**Mots clés:** Vérité. Fake news. L'internet. Justice électorale. Droit à l'information.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Dendograma referente à categoria Fatos.....	162
Figura 2 – Nuvem de palavras da categoria Fatos.....	163
Figura 3 – Análise da similitude da categoria Fatos.....	166
Figura 4 – Dendograma referente à categoria Decisão.....	168
Figura 5 – Nuvem de palavras da categoria Decisão.....	172
Figura 6 – Análise de similitude referente da categoria Decisão .....	173

## LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Principais recorrentes nos 63 processos .....	151
Gráfico 2 – Recorridos (% redes sociais sobre 63 processos).....	151
Gráfico 3 – Pedido.....	154
Gráfico 4 – Decisões.....	154

## SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO .....	12
2	A VERTIGEM DA VERDADE .....	17
2.1	O desafio do conceito .....	20
2.2	As distopias epistemológicas .....	29
2.3	A pós-verdade .....	38
2.4	As diferentes versões da mentira .....	48
3	<b>FAKE NEWS, INTERNET E DIREITO: OS DILEMAS GLOBAIS</b> .....	54
3.1	<i>Fake news</i> : conceitos e cenários .....	54
3.2	Categorizações da informação .....	59
3.3	A tessitura digital e a disseminação inaudita .....	63
3.4	A psicologia da desinformação .....	72
3.5	O direito à informação e a democracia .....	87
3.5.1	<i>As tentativas de regulação no Brasil e no mundo</i> .....	89
3.5.2	<i>A estratégia europeia</i> .....	90
3.5.3	<i>O caminho americano</i> .....	94
3.5.4	<i>O percurso brasileiro</i> .....	100
4	A ESPIRAL DA COMUNICAÇÃO POLÍTICA .....	104
4.1	O <i>marketing</i> eleitoral e a comunicação em rede .....	115
4.2	A regulamentação eleitoral dos meios: do analógico ao digital .....	119
4.3	O olhar para os meios .....	121
4.4	O ambiente digital .....	124
4.5	A publicidade, o impulsionamento e o controle de conteúdo .....	132
4.6	A judicialização da comunicação política .....	141
5	A JUDICIALIZAÇÃO DAS <i>FAKE NEWS</i> .....	145
5.1	O caminho metodológico .....	145
5.2	Tribunal Superior Eleitoral: uma análise quali-quantitativa .....	149
5.2.1	<i>A revelação dos números</i> .....	150
5.2.2	<i>O desvelamento da dialética</i> .....	158
5.2.3	<i>As inferências das decisões</i> .....	167
5.2.4	<i>A checagem dos fatos</i> .....	174
5.2.5	<i>Dilemas do paternalismo, da cidadania ativa e da liberdade de expressão</i> .....	175
5.2.6	<i>WhatsApp, impulsionamento de conteúdo e liberdade de imprensa</i> .....	178

<i>5.2.7 O desaparecimento do objeto e os parâmetros de análise</i> .....	184
<b>5.3 As deliberações do Supremo Tribunal Federal</b> .....	190
<b>6 LEGADOS DE 2018 E DESAFIOS DE 2020</b> .....	195
<b>6.1 Narrativas e análises de 2018</b> .....	195
<b>6.2 As conexões entre a pandemia e a contaminação das informações eleitorais</b> .....	211
<b>6.3 As tentativas de enfrentamentos</b> .....	212
<b>6.4 O convênio com Tiktok, Instagram, Google e Facebook</b> .....	220
<b>6.5 A trincheira do WhatsApp</b> .....	221
<b>6.6 A Resolução n. 23.610/2019</b> .....	222
<b>7 CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	227
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	235
<b>APÊNDICE A – GRÁFICO RELATOR</b> .....	263
<b>APÊNDICE B – GRÁFICO TIPO DE AÇÃO</b> .....	264
<b>APÊNDICE C – GRÁFICOS PEDIDO E RESULTADO</b> .....	265
<b>APÊNDICE D – GRÁFICOS RECORRENTES E RECORRIDOS</b> .....	266
<b>APÊNDICE E – FORMULÁRIO DE PESQUISA NO GOOGLE DOCS</b> .....	267

## 1 INTRODUÇÃO

O que você tem em mãos é uma catarse. Sim, o processo de construção de uma tese envolve um rasgar-se, remodelar-se, reinventar-se, fortalecer-se e recosturar-se. É resultado de uma série de renúncias, de ausências, de tropeços, de angústias e de agonias, especialmente quando se é mulher, profissional e mãe. Mas é também uma grande alegria, uma manifestação de coragem. Para construí-la, é preciso, ainda, um mergulho profundo na ignorância. Não há espaço para exercício de certezas, mas para movimentação incessante das dúvidas.

Afinal, a tese não é feita só em quatro anos, mas em uma vida inteira. Cada parágrafo, cada palavra escolhida para o melhor dizer debulha memórias, passeia pelos recantos de um repertório construído ao longo de 42 anos. Como numa gestação, também tem fases de desconhecimentos e descobertas. As seguranças perdem o chão com o avançar das leituras, das conversas, das escutas. Isso é o bonito do processo. O entender sobre o não saber.

Desavisados continuam achando que doutores sabem tudo. Sabem não. Sabem sobre quase nada e sobre o nada têm todas as dúvidas do mundo. Pode-se até qualificar as perguntas, afinal pesquisadores são guiados por uma inquietação constante, uma agonia incontornável. Por isso, a tese não acaba. Ela é parida a termo, com data marcada, sentindo ou não as dores para a expulsão de um rebento pensante. Guimarães Rosa dizia que, a cada criança que nasce, o mundo recomeça. As teses, assim como as crianças, fazem, de alguma forma, o mundo recomeçar em descobertas, em deslumbramentos do conhecimento.

Por isso, pode-se afirmar que esta tese começou a ser gerada nesta pesquisadora, que também é jornalista, especialmente ainda na graduação em Direito, quando estudei sobre a construção da verdade no Jornalismo e no Judiciário a partir da morte de um jovem pobre tido como assaltante. Naquele trabalho, inquietava-me como os meios de comunicação tinham o poder de buscar respostas e oferecer vereditos com mais rapidez do que o Judiciário, mas também como ficavam suscetíveis a erros pela forma como construíam a verdade factual.

Analisei, ainda, a forma como o Judiciário demorava a resolver questões, oferecendo uma possível resposta para um crime, mas, com esse largo espaço de tempo, acabava por trazer uma certa sensação de injustiça para quem tinha pressa em demonstrar inocência.

Esta pesquisa também revisita a minha dissertação de mestrado, na qual fiz um mergulho profundo sobre a liberdade de expressão. Busquei compreender a forma como a Corte Interamericana de Direitos Humanos e o Supremo Tribunal Federal (STF) imprimiram

verdades jurisprudenciais sobre o direito de se manifestar sob diferentes formas. Em meio à discussão sobre liberdade de expressão, estudei sobre o direito à informação, que também será contemplado nesta tese.

Por que estudar sobre desinformação? Porque vive-se num ambiente de construção de ideias, fatos e, por que não dizer, “verdades”. Sim, verdade no plural. Também pelo fato de sempre me interessar o diálogo entre o Jornalismo e o Direito, áreas às quais dedico a vida, e por perceber haver um intrigante e desafiador contexto desinformativo para o Poder Judiciário especialmente no campo eleitoral. Diante de campanhas montadas por meio de produção das chamadas *fake news*, entendi ser este um caminho relevante de produção de conhecimento.

Ao longo de 20 anos de uma carreira de redação, percebi a importância da informação como arma capaz de ajudar a salvar ou perder vidas. Que o diga a grande quantidade de problemas de ordem individual e pública a partir da desordem informacional em tempos de pandemia. Influenciadas por pesquisas sem embasamento científico, pessoas acabaram se colocando em risco e morrendo. A pandemia começou depois do início da tese e ampliou as investigações envolvidas no estudo.

No campo democrático, o tema tornou-se relevante diante da percepção de que o uso da desinformação é utilizado como estratégia de conquista de cidadãos em processos eleitorais. Assim, os mesmos contextos que afligem o campo eleitoral encontraram espelho no campo sanitário global. Isto deu ainda mais embasamento para justificar o trabalho, porque o contexto evidenciou ainda mais como a desinformação é um fenômeno de diversos matizes, de difícil solução e de efeitos preocupantes.

Definido o problema, era necessário, então, pensar na pergunta que seria o ponto de partida para toda a construção desta tese, cujo objetivo geral é buscar compreender como a questão da desinformação propagada em ambiente digital constitui um problema de difícil solução pelo Judiciário brasileiro e apontar caminhos para a lidar com a questão. Partindo dessa premissa, a pergunta de partida é: “Quais os legados das decisões da Justiça Eleitoral sobre as *fake news* nas eleições gerais de 2018, que foram marcadas pela desordem informacional digital?”.

Para tentar responder à questão, foram traçados objetivos específicos, partidos de alguns questionamentos norteadores para guiar as reflexões. É preciso perguntar para a ciência movimentar e fecundar suas moléculas. E se falar sobre desinformação é falar sobre a ideia de verdade e mentira, foi preciso se debruçar sobre dois conceitos com o intuito de entender como se deu a construção da ideia de verdade, baseando a primeira pergunta da

pesquisa: como o conceito de verdade foi modificado ao longo da história do pensamento, desde a perspectiva dogmática, passando pela filosofia da ciência e chegando à pós-verdade? A segunda pergunta de pesquisa desafia o conceito das *fake news*, que, mesmo com um objeto de estudo emancipado para alguns (DOURADO, 2020), ainda desperta muitas inquietações, como: quais os conceitos traçados por estudiosos e como esta definição dificulta a regulação no Brasil e no mundo? A terceira pergunta já começa a trafegar mais profundamente nos assuntos da comunicação política: como aspectos relacionados à comunicação estão refletidos no campo da regulamentação eleitoral? A quarta questão enfrenta a análise de como o Tribunal Superior Eleitoral enfrentou o problema das *fake news*: o que as dinâmicas argumentativas e decisões do Tribunal Superior Eleitoral contribuíram ou não para lidar com o problema no campo democrático? Por fim, a quinta questão tem a pretensão de entender as leituras feitas a partir de 2018 e os legados para as próximas eleições: como pesquisadores e analistas entenderam o cenário de 2018 e quais as providências tomadas pelo Tribunal Superior Eleitoral a partir da experiência de 2018 para 2020?

Para atender aos objetivos pautados a partir das perguntas de pesquisa, enfrentou-se o desafio metodológico dentro da perspectiva de que a história do pensamento se dá em meio à superação não só de conceitos, mas também de modos de pensar (BELCHIOR, 2019). A construção teórica contemplou a leitura de estudos e regulamentações nacionais e internacionais. Optei pelo método dedutivo, de natureza quantiqualitativa, com a utilização de fontes bibliográficas e pesquisa documental, por meio de empiria jurisprudencial, realizada com auxílio de formulário Google Docs, do *software* Iramuteq e da técnica de análise de conteúdo, seguindo as deliberações de Bardin (1977).

O estudo promove um diálogo do Direito entre diversos campos do saber, afinal os ecos jurídicos não dão conta de um problema tão amplo que desvela inúmeras e diversas leituras. Algumas teses foram elaboradas sobre as *fake news* no período eleitoral (CRUZ, 2020; DOURADO, 2020), inclusive foram trabalhos que trouxeram colaborações para a construção desta tese, que segue sendo um estudo inédito diante de suas composições teóricas e metodológicas, desenhada em seis capítulos, os quais promovem diálogos entre os campos do Direito, da Comunicação, da Sociologia, da Filosofia, da Tecnologia e da Linguística. Parte-se da hipótese de que o Judiciário brasileiro deve valer-se de perspectivas sistêmicas e complexas para lidar com os fenômenos das mentiras digitais.

O primeiro capítulo tem um eixo eminentemente filosófico, visando ao entendimento de qual é o conteúdo que compõe a verdade. O tópico inicial elabora uma investigação para promover um diálogo amplo no campo da Filosofia para traçar as diferentes



maneiras de se entender a verdade nas suas variadas dimensões. Mesmo abarcando conceito vasto e diversificado, o estudo se apoia no sentido de entender como diferentes pensadores traçaram seus conceitos. O segundo tópico mostra o lugar da filosofia da ciência para mostrar as viradas epistemológicas no entendimento da verdade. Depois, pretende-se contextualizar o problema no universo contemporâneo da pós-verdade, que foi considerada palavra do ano de 2016 pelo Oxford Dictionaries<sup>1</sup> (2016). Por fim, analisa-se como se constituem as diferentes versões da mentira.

À tese também interessa aprofundar sobre as diferentes maneiras como as informações são manipuladas e os nomes que foram dados a essa manipulação. Por isso, o segundo capítulo procura estabelecer as contribuições e os impasses diante das versões conceituais das *fake news* e como elas se manifestam na chamada sociedade do conhecimento. A partir de então, aprofunda-se numa categorização sobre informações fraudulentas, incluindo subseção em que mostra como o termo *fake news*, que ficou popularizado a partir de uma frase do ex-presidente estadunidense Donald Trump, traz controvérsias. Por isso, também explora outros vieses conceituais.

À investigação interessa também analisar como a produção da verdade se dá no campo subjetivo, entendendo o papel, por exemplo, dos vieses cognitivos para a composição da ideia do que é verdadeiro e a facilidade das pessoas em se filiar a informações que têm mais proximidade com seus gostos e crenças. Estuda-se, ainda, como essas informações fraudulentas ganham espaço no mundo digital. Busca-se também analisar as implicações dentro do universo virtual que colaboraram para ampliar debates e disseminações de vozes, mas cuja arquitetura também se tornou ideal para o compartilhamento da desinformação.

Para pensar o local, é interessante também traçar um olhar panorâmico para soluções encontradas em diversas partes do mundo. Por isso, investigou-se como os países e as organizações internacionais lidam com a questão das *fake news*. A última seção apresenta, então, em linhas gerais, também posicionamentos e princípios da Comunidade Europeia e da Corte Interamericana de Direitos Humanos e finalmente faz um estudo do projeto de lei que está em discussão no Congresso Nacional.

Destaque-se que um extrato desta tese foi encaminhado como colaboração para evento da Relatoria Especial para Liberdade de Expressão no México, dentro do *Painel de expertos sobre desinformación en contextos electorales*, sendo o texto incluído entre 15 contribuições de 21 organizações ou pesquisadores de países, como Colômbia, Estados

---

<sup>1</sup> Um dos mais importantes e respeitados dicionários do mundo.

Unidos, México, Panamá e Argentina. Resultados da tese também foram discutidos no Evento sobre Liberdade de Expressão da Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco) e no Congresso da Associação Brasileira de Sociologia do Direito (Abrasd).

Essas inquietações tornam-se ainda mais tensas e cruciais em períodos eleitorais. Por isso, a quarta seção dedica-se sobre a questão. Entra nos labirintos de julgados do Tribunal Superior Eleitoral para desvendar os legados que os julgados atrelados às *fake news* podem contribuir para novos pleitos eleitorais. Este estudo foi realizado a partir de uma empiria jurisprudencial de decisões que envolviam as eleições de 2018 justamente para entender o lugar do Judiciário na complexa trama desinformativa.

A partir da deliberação dos estudos de Bardin (1977), foram criadas categorias que ofereceram aspectos para análise quantitativa e qualitativa. Os dados foram tratados pelo *software* Iramuteq, que ofereceu os aspectos de análise no campo da hermenêutica. Aqui, as investigações exploratórias enfrentaram amplo estudo quali quantitativo, que trouxe uma série de inferências para lidar com pressupostos que existiam como indagações iniciais.

O último capítulo chamava-se “Caminhos possíveis” e trazia uma série de sugestões para que o Tribunal Superior Eleitoral tratasse a questão nas eleições de 2020. Como o tempo da tese ultrapassou o das eleições, o capítulo mudou de desenho, porque algumas das propostas sugeridas foram implementadas. Por isso, procura-se estabelecer as contribuições e impasses a partir das eleições de 2018. Além de uma leitura de analistas da comunicação e da política, compilaram-se os estudos de institutos que trabalham com internet e democracia e os convênios realizados com redes sociais e aplicativos com o Tribunal Superior Eleitoral no sentido de lidar com a desinformação. Por fim, foi analisada a Resolução n. 2.316/2019, documento que fecha o estudo da tese.

Espera-se que o presente trabalho estimule inquietações e colabore para encorajar novos trabalhos e para pensar um problema dinâmico e extremamente desafiador para diversos campos do conhecimento, inclusive o Judiciário.

## 2 A VERTIGEM DA VERDADE

A verdade segue sendo um intrigante problema, especialmente em tempos contemporâneos, quando até a ciência, fundada em bases consagradamente racionais, é colocada em questão. Seria a Terra redonda? Há quem questione. Talvez nem Brecht<sup>2</sup> (1977), ao biografar o drama intelectual de Galileu Galilei, perseguido pela Inquisição para não revelar a verdade de que a Terra girava em torno do Sol, vislumbrasse a existência do questionamento de terraplanistas séculos depois. Mas, como não somos mesmo afeitos a heróis, sigamos.

Em meio ao questionamento das verdades historicamente postas, o ambiente pós-digital coloca a tecnologia como tática e estratégia de poder. “É preciso questionar o que nos é dado como verdade e refletir sobre as condições atuais de modelo a conceber o horizonte vital que hoje se apresenta” (SANTAELLA, 2016, p. 11).

Nesse espaço de olhar flutuante, a forma como se vê determina a percepção sobre o que é visto. Santos (1988, p. 23) faz a analogia a um vaso grego e analisa que são despertadas, diante da mesma figura, várias possibilidades do olhar, trazendo luz às diversas perplexidades: “É essa a ambiguidade e a complexidade da situação do tempo presente, um tempo de transição, síncrono com muita coisa que está além e aquém dele, mas descompassado em relação a tudo o que habita”.

Neste universo de perplexidade contemporânea, seguiremos por rotas delineadas por grandes nomes da história do pensamento, que contribuíram, nas práxis do pensar, para uma dialética do que se entende por “verdade”, algo que esta tese considera como inegociável: potencializar o pensamento filosófico para qualificar as questões jurídicas. Se as discordâncias temperam a reflexão, aumentando-lhe o sabor, como ensina Santaella (2016), muitas estarão impressas aqui na tentativa de contribuir para ampliar o espaço de reflexão em torno da verdade judicializada.

---

<sup>2</sup> Bertolt Brecht, um dos maiores dramaturgos do mundo, escreveu a biografia de Galileu Galilei, o responsável por uma das mais importantes dialéticas do conhecimento, que mudou o paradigma de que a Terra girava em torno do Sol, e não o contrário. Num determinado momento da narrativa criada por Brecht (1977), amigos questionam por que Galileu recusou-se a virar um herói, deixando de revelar a verdade depois de sucumbir às ameaças da Igreja, que o ameaçou de morte. Afinal, a mudança paradigmática sustentava a argumentação fundamental da relação do homem com o divino na época. Então, Galileu disse que tinha visto os instrumentos que seriam usados para matá-lo e respondeu: “Infeliz a nação que precisa de heróis” (BRECHT, 1977, p. 122).

Para isso, é preciso muita coragem e ousadia, como determinava Riobaldo<sup>3</sup>, do *Sertão* de Guimarães Rosa. Coragem para enfrentar um tema desafiador no campo científico e ousado por fazer um recorte epistemológico. Por isso, este capítulo se divide em quatro momentos. Enfrentaremos, no primeiro momento, como a verdade é capaz de perturbar o raciocínio dentro da própria ciência e entender a importância de lidar com o conceito. Depois, analisamos as contribuições da filosofia da ciência com o anarquismo metodológico e a epistemologia crítica para criar o ambiente para a pós-verdade, que é tema do tópico seguinte. Ao final, analisamos como se dão as diferentes versões da mentira.

O estudo perpassa dos ideais modernos às narrativas emocionais que pautam a contemporaneidade, num momento de negacionismo científico, no qual provas científicas não conseguem ser páreas para carisma de celebridades, como alerta D’Ancona (2018, p. 38). O autor lembra o fato de as sociedades terem, em comum, lendas que não apenas moldam os limites morais, mas também desenham sonhos de futuro. Destaca que narrativas são concorrentes da racionalidade, do pluralismo e da prioridade da verdade como base para a organização social, desde a Revolução Científica e o Iluminismo.

Mas esse sentimento parece ter ruído. “Quando a verdade desaba como valor social, as continuidades da prática social que ela apoiou são postas em perigo” (D’ANCONA, 2018, p. 72). Isso provoca volatilidade em diversos campos, como a saúde pública<sup>4</sup> e a política<sup>5</sup>. “Quando se confia menos na investigação baseada em provas do que numa coleção de anedotas e se presta menos atenção à autoridade institucional do que em teorias da conspiração, as consequências podem ser imprevisíveis e fatais” (D’ANCONA, 2018, p. 73).

O cenário desenhado por D’Ancona, em 2018, nos leva ao *1984*, de George Orwell (2009), que fez uma profunda crítica aos governos totalitários a partir de uma sofisticada análise sobre o papel da linguagem no processo de configuração do poder. Num mundo em que instituiu a polícia das ideias, havia os criminosos do pensamento, pessoas que poderiam ser punidas pelo ato de pensar: “O pensamento-crime não acarretaria a morte: o pensamento-crime é a morte” (ORWELL, 2009, p. 61).

---

<sup>3</sup> Riobaldo é um jagunço, protagonista de *Grande sertão: veredas*, de Guimarães Rosa, personagem que produziu aforismos como: “O correr da vida embrulha tudo, a vida é assim: esquenta e esfria, aperta e daí afrouxa, sossega e depois desinquieta. O que ela **quer da gente é coragem**” (ROSA, 2001, p. 87, grifo nosso).

<sup>4</sup> O Ministério da Saúde chegou a disponibilizar um número de WhatsApp para envio de mensagens da população para serem checadas, apuradas e respondidas oficialmente no intuito de reduzir o número de *fake news* compartilhadas pelo público. O ministro da saúde alertou que esse tipo de informação prejudicou campanhas de vacinação como a da febre amarela (BRASIL, 2020).

<sup>5</sup> Segundo pesquisa da PSafe (2018), desenvolvedora de aplicativos de segurança, as informações falsas circulam com apelo a assuntos mais populares, especialmente relacionados à saúde, que compreendem 41% dos artigos compartilhados, seguidos de política, com 38% e celebridades, 18%.

Se o pensamento se dá por meio de palavras, era preciso inventar a “novafala” para reconfigurar os signos usados para pensar e se comunicar. Num vocabulário que se reduzia a cada ano, a ideia era estreitar cada vez mais o pensamento: “No fim, teremos tornado o pensamento-crime literalmente impossível, já que não terão palavras para expressá-lo” (ORWELL, 2009, p. 65).

Analisando o cenário de *1984*, D’Ancona (2018) considera que o duplipensar de Orwell (2009), o poder de manter e aceitar, concomitantemente, duas crenças contraditórias é o antepassado direto da pós-verdade, que será enfrentada ainda nas próximas subseções. Os conceitos, então, passariam a ser expressos por significados previamente definidos, enquanto os subversivos seriam não apenas eliminados, mas esquecidos. Uma vez que o catálogo de palavras seria reduzido, reduzido também seria o alcance da consciência. “Tudo se esmaecia na névoa. O passado fora anulado. O ato de anulação fora esquecido, a **mentira se tornava verdade**” (ORWELL, 2009, p. 65, grifo nosso).

Numa guerra que deixa de ser entre países e passa a ganhar o campo dos pensamentos e das paixões, aqui é preciso remeter-se aos conflitos do *big data*, em que os combatentes tentam inverter o pensamento e dominar o poder diante da manipulação de informações. Assim como as “novafalas”, as *fake news* não ampliam, mas contribuem para os limites do pensamento. Seguindo vieses de confirmação e enxergando o que querem ver, as pessoas não se abrem para o contraditório. Assim, reduzem as palavras e buscam inviabilizar outras formas de pensamento.

São intrigantes os aspectos que estimulam as pessoas a acreditarem no inverossímil. Basta lembrar a produção radiofônica *Guerra dos Mundos*, produzida por Orson Welles, que, apesar de ser uma ficção, causou repercussão imprevista. Milhares de pessoas confundiram com programa de notícia e acreditaram numa ameaça marciana. Ao analisar o fato, Orwell (2020, p. 42) parece sentenciar: haver uma evidente conexão “[...] entre a infelicidade pessoal e prontidão em aceitar o inacreditável”.

Além dos aspectos pessoais, o poder cria a verdade, como nos ensina Orwell (2009). E é nesse lugar de controle e baliza que se encontra o Judiciário, como ainda estudaremos. Acrescente-se ao fato de que as palavras compõem, ainda, os sentidos da verdade. Como lembra Mosé (2019, p. 44), elas seguem as necessidades humanas de contenção e de limite: “Toda palavra nasce de uma restrição, de uma imposição: conseguir fixar um sentido é conter alguma coisa no meio das imensas correntes nos sentidos que nos chegam”. E quais os sentidos que constituem o conceito de verdade?

## 2.1 O desafio do conceito

Se entre as questões fundamentais de um trabalho científico está o aprofundamento de conceitos, precisa-se enfrentar a verdade, afinal, como Deleuze e Guattari (2010, p. 23) já adiantaram, o conceito não trafega por vias simples, mas por contornos irregulares e é afeito a multiplicidades, podendo ser triplo ou até mais: “Todo conceito remete a um problema, a problemas sem os quais não teria sentido”. Não teria sentido, mas um devir, sendo incorporal, mesmo se encarnando ou se efetuando nos corpos.

Diante da pedagogia dos conceitos, precisa-se enfrentar o caráter histórico da verdade. “Todo conceito, tendo um número finito de componentes, bifurcará sobre outros conceitos, compostos de outra maneira, mas que constituem outras regiões do mesmo plano, que respondem a problemas conectáveis, participam da co-criação” (DELEUZE; GUATTARI, 2010, p. 26).

O problema conceitual que se remete ao cerne desta tese relaciona-se com a deliberação da verdade pelo Poder Judiciário, por isso torna-se fundamental investigar o sentido da verdade, desbravando horizontes de nossa contemporaneidade.

A ideia de verdade como um dado, um reflexo objetivo, é típica das ciências que Vattimo (2016, p. 13) categoriza como as que “não pensam”: “Seja porque não questionam o horizonte (paradigma) dentro do qual se movem, seja porque ignoram a totalidade das relações dialéticas que condicionam seus objetos”. O filósofo coloca em questão a verdade como do campo da interpretação coletiva, da aplicação e de paradigmas nem sempre objetivos dentro de uma partilha social.

Diante desse compartilhamento no universo do pluralismo pós-moderno, a verdade encontra-se permeada no problema de interpretação coletiva, de construção de paradigmas partilhados ou, de todo modo, explicitamente reconhecidos. “A verdade não se encontra, mas se constrói com o consenso e o respeito da sociedade de cada um e das diversas comunidades que convivem, sem se confundir, em uma sociedade livre” (VATTIMO, 2016, p. 15). Como falar em consenso em tempos de muita produção de dissensos? Habermas (2002, p. 33) buscou respostas no seu processo de agir comunicativo que precisam ser retomadas nessa gramática da vida que é a linguagem: “A semântica da verdade estabeleceu uma correlação interna entre o sentido e as condições de validade das afirmações e, com isso, preparou o caminho para concepções de uma racionalidade corporificada linguisticamente, ou melhor, comunicativamente”. Afinal, é no campo da comunicação que a verdade se dissemina

e vive seu apogeu dialético. E esse lugar da comunicação se torna ainda mais complexo no mercado das informações, como alerta Vattimo (2016, p. 27):

E se torna sempre mais evidente a contradição entre o valor da verdade objetiva e a consciência daquilo que chamados de realidade é um jogo de interpretações em conflito. Tal conflito não pode ser vencido sem a pretensão de chegar à verdade das coisas, pois ela aparecerá sempre diferente até que se tiver construído um horizonte comum, exatamente o consenso em torno daqueles critérios implícitos de que depende a verificação de simples preposições.

Mesmo com a perspectiva de Deleuze e Guatarri (2010) em relação ao conceito, não se pode perder de vista a proposta pensada por Derrida (1996) de que é preciso desconstruir o conceito, ou seja, colocar a verdade sob suspeita, questionar as bases filosóficas e ideológicas. Como destacou Nietzsche (1983, p. 48), “[...] a verdade é apenas um exército de metáforas móveis, uma soma de relações humanas, que, depois de muito uso, parecem como coisas fixas, canônicas e obrigatórias”.

A verdade factual se configura exclusivamente por meio dos acontecimentos, sendo fundamental para a comunidade lidar com os desafios do cotidiano. “A função da verdade é trazer luz para fatos ocultos, relacioná-los a outros, e traçar um retrato da realidade a partir do qual os homens possam atuar” (BUCCI, 2019a, p. 215). Para Bucci (2019a), a verdade factual assume aspecto cadavérico de um fóssil pré-histórico. Ademais, contribui para que o cidadão possa modular até mesmo suas expectativas em relação ao viver. É mais fácil de ser vista e assimilada e não se confunde com as verdades metafísicas, religiosas e filosóficas. Bucci (2019a, p. 984) a compara a um buraco no meio da rua ou fome que devora a esperança de quem não tem dinheiro: “A verdade factual é aquilo que conforma a realidade sensível e sobre a qual não pairam dúvidas práticas. Nada pode ser mais imediato e mais irrefutável do que a verdade factual”.

No momento em que a verdade factual vive uma crise nas sociedades contemporâneas, Kakutani (2018) reforça o fato de a ampliação do espaço de sistemas autoritários ser fortalecida a partir do que chama de “esfacelamento da verdade”. Afinal, são variadas as formas de se falsear a realidade, e o movimento contemporâneo de construção de *fake news*, por exemplo, ocorre em escada industrial. Na definição de Kakutani (2018), verdades são certezas reconhecíveis, referem-se a algo capaz de se reter sem compreender e de se sustentar sem alimentar. A autora ressalta que vivemos um “declínio da verdade” ante o movimento no campo não apenas da produção de notícias, mas também da construção científica e histórica. “Já faz décadas que a objetividade – ou mesmo a ideia de que as pessoas

desejam conhecer a melhor verdade disponível – está fora de moda” (KAKUTANI, 2018, p. 16).

Uma onda de ceticismo epistemológico permeia diversos aspectos da vida intelectual, o que faz com que a ideia de uma verdade única e empiricamente verificável no mundo contemporâneo ronde o campo do impossível. Porém, preconiza Arendt (2013, p. 184): “O sacrifício da verdade para a sobrevivência do mundo seria mais fútil do que o sacrifício de qualquer outro princípio ou virtude”. No mundo moderno, já alerta Arendt (2013, p. 287), que “[...] acredita não ser a verdade nem dada nem revelada, mas produzida na mente humana”. Mas e no campo da política? Neste, a filósofa analisa como as mentiras são consideradas necessárias e até mesmo justificáveis. O debate se amplia quando se constrói a linha tênue, antiga e aparentemente obsoleta entre verdade e opinião:

O contrário da verdade era a mera opinião, equacionada com a ilusão; e esse foi degradamento da opinião, equacionada com a ilusão; e foi esse degradamento da opinião o que conferiu ao conflito sua pungência política; pois é a opinião, não a verdade, que pertence à classe dos pré-requisitos indispensáveis a todo poder [...]. (ARENDR, 2013, p. 293).

Arendt (2013, p. 295) também contribui com a diferença entre a verdade factual e a filosófica, esta “[...] ao penetrar numa praça pública, altera sua natureza e se torna opinião”. Aquela relaciona-se com eventos e circunstâncias nas quais muitos são envolvidos. “É estabelecida por testemunhas e depende de comprovação” (ARENDR, 2013, p. 295)). A filósofa considera que a verdade factual se torna tão vulnerável quanto a filosófica racional, na medida em que se expõe à hostilidade dos defensores de opinião. Assim, a verdade filosófica seria não política por natureza. A factual não tem antagonismo com erro, nem ilusão, nem opinião. “O erro é passível e mesmo comum em respeito à verdade factual, caso em que ela não difere de modo algum da verdade científica e racional” (ARENDR, 2013, p. 308).

Ambas, porém, pretendem ser reconhecidas. Por isso, os modos de pensamento e comunicação que tratam da verdade são tiranizantes no campo da política. É então que a filósofa usa a simbologia da luz para fazer mais inferências sobre a questão: “A verdade racional ilumina o entendimento humano, e a verdade factual deve informar opiniões, mas essas verdades, embora nunca sejam obscuras, tampouco são transparentes e é de sua própria natureza resistir à ulterior elucidação” (ARENDR, 2013, p. 310).

Fatos e opiniões não seriam considerados antagônicos, mas como pertencentes a um mesmo domínio. “Fatos informam opiniões, e as opiniões, inspiradas por diferentes interesses e paixões, podem diferir amplamente e ainda serem legítimas no que se respeita à



sua verdade factual” (ARENDDT, 2013, p. 295). Conclui-se, então, que: “[...] a verdade factual informa o pensamento político, exatamente como a verdade racional informa a especulação filosófica” (ARENDDT, 2013, p. 296).

A filósofa levanta uma série de questões inquietantes ao perguntar, por exemplo, se o ser impotente é da essência da verdade e o ser embusteiro da essência mesma do poder. Arendt (2013) revisita Platão e seu simulacro da caverna, que ainda nos ensina muito sobre a forma como o conhecimento humano lida com os fatos. A alegoria mostra a jornada para a elaboração de sentido e a dificuldade de se romper com significados estabelecidos como verdade, por meio da simbologia das luzes e sombras projetadas nas cavernas individuais de cada um de nós. O que fazer se alguém tentar libertar o pensamento das sombras? Afinal, reaprender a pensar e a conceber novas formas de entendimento é uma forma de morrer para nascer de novo, e nem todos estão preparados para este desafio.

Orwell (2020) analisa que a verdade se torna mentira na boca do inimigo, tanto que alerta para o fato de as verdades objetivas estarem desaparecendo e de as mentiras acabarem sendo incorporadas à história. Uma colaboração que trouxe ao analisar notícias que davam conta da Espanha e não tinham relação com os fatos, ainda em 1943:

Vi soldados que lutaram bravamente ser denunciados como covardes e traidores, e outros que nunca dispararam um tiro ser exaltados como heróis de vitórias imaginárias; e vi jornais em Londres produzindo estas mentiras, e intelectuais afoitos erguendo superestruturas emocionais sobre eventos que nunca tinham ocorrido. (ORWELL, 2020, p. 99).

Nesse caminho para entender a verdade como objeto epistemológico, é preciso pensar sobre o conceito em Nietzsche (2003) e a sua relação com a ciência. A postura do filósofo considera os aspectos problemáticos, suspeitos e questionáveis da ciência que utiliza como pano de fundo para refletir sobre a verdade. O filósofo acrescenta a “vontade de verdade”, que Machado (2017, p. 15), ao interpretar Nietzsche, descreve como: “A crença de que nada é mais necessário do que verdadeiro, de que o verdadeiro é superior ao falso, de que a verdade é um valor superior – crença que funda a ciência e constitui essência da moral e da metafísica”.

Para Nietzsche (2003), a verdade estaria atrelada a um valor capaz de colocá-la num patamar acima da falsidade. O próprio filósofo a subordina à moralidade, anunciando que os filósofos, quando aparecem preocupados com a certeza e a verdade, encontram-se sobre o encantamento da moral. Quando desafia a origem do conhecimento, o filósofo assevera o fato de o intelecto ter criado apenas erros e parte destes se revelaram úteis até mesmo para a preservação das espécies.

Neste campo do conhecimento, o filósofo alerta que a verdade é sua versão “mais fraca”. A partir de então, analisa como ela se entranha na própria condição do conhecer:

Parecia que não se podia viver com esta verdade, estando o nosso organismo adaptado ao contrário; todas as funções superiores, as percepções dos sentidos e todas as sensações trabalhavam baseadas no antigo erro que tinham assimilado havia muito tempo. Mais ainda: as velhas proposições tornaram-se mesmo, no íntimo do conhecimento, normas a partir das quais se avaliou o “verdadeiro” e o “falso”, mesmo nos domínios remotos da lógica pura. Portanto, **a força do conhecimento não reside no seu grau de verdade, mas no seu grau de antiguidade, no seu grau de incorporação, no seu grau de condição vital.** (NIETZSCHE, 2003, p. 107, grifo nosso).

No campo de construção da verdade, existe a palavra que, como lembra Mosé (2019, p. 88), “[...] deixa apenas de relatar ou descrever, de convocar imagens e sons, se afasta do seu sentido ritual para ganhar um estatuto”. Assim, seguem trilhas diversas que vão formar uma tessitura de camadas que podem ser belas e perigosas, concomitantemente.

O importante aqui não seria a verdade, mas a força do conhecimento numa inversão de valores estabelecidos. “Assim, quando a genealogia avalia o conhecimento, o importante não é se ele é verdadeiro ou falso” (MACHADO, 2017, p. 81). Neste campo científico, o relevante não é necessariamente a verdade, mas que seja tida como tal. “A questão não é propriamente a essência da verdade, mas a crença na verdade” (MACHADO, 2017, p. 108).

Mas o que seria a vontade de verdade? O entendimento em que a ciência se funda. “Não há ciência sem postulado, sem hipótese metafísica de que o verdadeiro é superior ao falso, de que a verdade tem mais valor do que a aparência, a ilusão” (MACHADO, 2017, p. 89). A verdade seria, então, uma obrigação imposta pela sociedade para que ela exista. Quando o homem esquece essa obrigação instituída socialmente, acaba por mentir inconscientemente, imaginando a existência de um instinto de verdade.

Verdades seriam ilusões que foram esquecidas como tais. Atrás da suposição de possuir um conhecimento do real existe, portanto, uma convenção social que oculta as diferenças ao identificar o não idêntico por meio do conceito. **O homem supõe possuir a verdade, mas o que faz é produzir metáforas que de modo algum correspondem ao real: são transposições, substituições, figurações.** (MACHADO, 2017, p. 89, grifo nosso).

Diante da polissemia da palavra, que ganha novos usos e aplicações, Bakhtin (2009) entende que ela tem um significado a partir de uma releitura social. O filósofo criou a ideia de dialogismo, momento no qual as pessoas se reúnem em diversas vozes praticando uma polifonia e, a partir do fluxo informativo, produzem caráter coletivo. Convergindo-se a

Backthin, Bourdieu<sup>6</sup> (1992) enfrenta o conceito de *habitus*, maneira de se mostrar sem passar necessariamente pela linguagem ou pela consciência. Essa comunicação pode se dar de forma silenciosa a partir de códigos secretos estruturadores da ordem social.

Ao fazer uma leitura contemporânea do conceito de *habitus*, Setton (2002) destaca a inexorável socialização dos indivíduos pela mídia. Considera a cultura de massa como sua capacidade de disseminar mensagens e capacidade de circulação como uma nova matriz cultural. Essa releitura é defendida pela autora, que percebe o mundo contemporâneo caracterizado por circularidade de informação capaz de ocupar destaque na formação ética, identitária e cognitiva do homem.

Outro tema importante para esta tese tratado por Bakhtin (2009) é sobre a extratemporalidade da verdade. Avalia a verdade como eterna e delata nossa temporalidade como pernicioso, com sabor emocional-volitivo. Acrescente-se que a palavra guarda uma vivacidade e reconhecê-la é assumir atitude sobre ela e que a verdade individual é artística e irresponsável.

A validade da verdade é suficiente por si, absoluta e eterna, e um ato de ação ou de cognição responsável leva em conta essa peculiaridade sua; é isso que constitui sua essência. A validade de uma asserção teórica não depende de ter sido conhecida ou não por alguém. As leis de Newton eram válidas em si mesmo antes de Newton tê-las descoberto, e não foi essa descoberta que as tornou válidas pela primeira vez. Mas essas verdades não existiam como verdades conhecidas – como momentos participantes do ser – evento único, e isso é de essencial importância, porque é isso que constitui o sentido da ação que as conhece. A temporalidade da verdade não pode ser contraposta à nossa temporalidade como duração sem fim, para a qual o nosso tempo é apenas um mero momento. (BAKHTIN, 1993, p. 27).

Inclui-se, então, mais um aspecto do campo das metáforas, dos oníricos, o que torna o estudo da verdade ainda mais complexo. Analisando as lições para o século 21, Harari (2018, p. 271) considera equivocada a iniciativa de depositar confiança no indivíduo racional: “Pensadores pós-coloniais e feministas destacaram que esse indivíduo racional pode muito bem ser uma fantasia chauvinista oriental, glorificando o poder de homens brancos de classe alta”.

Aqui, não se pretende fazer um aprofundamento sobre lugar de fala, mas penso ser importante destacar esse olhar crítico diante da racionalidade humana. Harari (2018, p. 273) retoma o conceito de ilusão de conhecimento para aprofundar sua análise e alerta: “O mundo está ficando cada vez mais complexo e as pessoas não estão se dando conta de quão ignorantes são”.

---

<sup>6</sup> Como exemplo, destaca procuradores independentes dos Estados Unidos e os juízes da Operação Mãos Limpas, na Itália.

Além da vertigem do conhecimento, há, ainda, as bolhas que são produzidas a partir das redes sociais: “Pessoas raramente contemplan sua ignorância, porque se fecham numa câmara de eco com amigos que pensam como elas e com *feeds* de notícias que se autoconfirmam, fazendo com que suas crenças sejam constantemente reiteradas e raramente desafiadas” (HARARI, 2018, p. 275). Essas questões serão aprofundadas posteriormente.

O pensamento comunitário acaba por atrair iguais. Isso facilitaria o controle de informações e sua disseminação. Afinal, “[...] ninguém gosta de se sentir idiota” (HARARI, 2018, p. 274). Harari (2018, p. 275) mostra, então, como o caminho que leva à verdade é tortuoso e errante:

Se você quiser se aprofundar em qualquer assunto, vai precisar de muito tempo e, principalmente, do privilégio de poder desperdiçar tempo. Terá que experimentar caminhos improdutivos, explorar becos sem saída, abrir espaço para dúvidas e tédio e permitir que pequenas sementes de ideias cresçam lentamente e floresçam. Se você não pode se dar ao luxo de perder tempo, nunca encontrará a verdade.

A leitura filosófica para a construção da ideia de verdade desta tese destaca, ainda, a tessitura da verdade em Foucault (1979), que analisa a relação dela com o poder, sendo parte submetida a ele. O filósofo considerava que a própria produção do mundo era resultado da regulamentação pelo poder, categoricamente: “A verdade não existe do poder ou sem poder” (FOUCAULT, 1979, p. 12). Assim, cada sociedade teria uma espécie de regime de verdade. É como uma política capaz de determinar o que acolhe como verdadeiro, com produção de mecanismos capazes de diferenciar os verdadeiros dos falsos, com procedimentos valorizados para sua obtenção e estatutos para os que têm o encargo de dizer o que é verdadeiro.

Cabe, portanto, também a discussão de Foucault (1989) sobre o papel econômico-político exercido pela verdade. Afinal, a verdade estaria ligada a sistemas de poder, ou regime, que não apenas produzem, mas formam uma rede de apoio que faz com que seja produzida e reproduzida. E, afinal, a quem cabe dizer a verdade? Entre os poderes, está o Judiciário, por isso que esta análise filosófica é relevante, inclusive para os agentes deste poder refletirem sobre a forma como contribuir para essa construção.

O problema, alerta Foucault (1979), não seria no campo da construção de uma nova política da verdade, nem de liberdade, tampouco da verdade de todo sistema de poder, mas de desvincular o poder da verdade, dadas as formas de hegemonia. “Em suma, a questão política não é o erro, a ilusão, a consciência alienada ou a ideologia, é a própria verdade” (FOUCAULT, 1989, p. 16).

Foucault (1979, p. 13) destaca cinco características de uma economia política da verdade: está no centro do discurso científico e nas instituições que o produzem; submete-se a constante estímulo econômico e político, tendo em vista que é fundamental para a produção de ambos; é objeto de imensa difusão e consumo; é produzida e transmitida por aparelhos econômicos e políticos, como exércitos, meios de comunicação e universidades; e figura como objeto de debate político e confronto social.

Há um combate pela verdade ou ao menos em torno da verdade – entendendo-se mais uma vez que por verdade não quero dizer o conjunto das coisas verdadeiras a descobrir ou a fazer aceitar, mas o conjunto das regras segundo as quais se distingue o verdadeiro do falso e se atribui ao verdadeiro efeitos específicos de poder, entendendo-se também que não se trata de um combate em favor da verdade, em torno do estatuto da verdade e do papel econômico-político que ela desempenha. (FOUCAULT, 1979, p. 18).

Neste trecho, o autor destaca uma das questões centrais para entender esta tese: a relevância de se compreender a verdade dentro dos jogos do poder, com a ciência de que ela desempenha um papel não apenas econômico, mas também político. O filósofo alerta ser preciso pensar os problemas políticos dos intelectuais em termos de verdade e poder, e não da ciência com ideologia.

No debate, incluir-se-á mais um aspecto: a simulação e os simulacros de Baudrillard (1981, p. 7), que cita Eclesiastes: “O simulacro nunca é o que oculta a verdade – é a verdade que oculta o que não existe. O simulacro é verdadeiro”. Ao enfrentar a questão da dissimulação, conceitua: “Dissimular é fingir não ter o que se tem. Simular é fingir ter o que não se tem. O primeiro refere-se a uma presença, o segundo a uma ausência” (BAUDRILLARD, 1981, p. 13).

A simulação encontra-se, portanto, entre o verdadeiro e o falso, o real e o imaginário. No contexto contemporâneo e para as questões destacadas nesta tese, que mergulha no mundo da hiperinformação, ressalta-se o alerta de Baudrillard (1981, p. 88): “Estamos num universo em que existe cada vez mais informação e cada vez menos sentido”. Dando um salto histórico para atrelar o debate ao pensamento contemporâneo, as narrativas oficiais começaram, então, a ruir a partir de 1960, segundo Kakutani (2018, p. 55):

Mas a democratização libertadora da informação possibilitada pela internet não apenas estimulou a inovação, e um empreendedorismo de tirar o fôlego, como também deu origem a uma enxurrada de desinformação e relativismo, conforme evidenciado pela atual epidemia de notícias falsas.

O contexto torna-se, então, perfeito para a rejeição de realidade objetiva e substituição da verdade pela subjetividade. “Abaixo a ideia de consenso. Abaixo a visão de

história como narrativa linear. Abaixo as grandes metanarrativas universais ou transcendententes” (KAKUTANI, 2018, p. 56). Kakutani (2018) destaca alguns cenários da pós-modernidade que viabilizaram essa facilidade em disseminar *fake news*: rejeição das metanarrativas; ênfase para à instabilidade da linguagem; análise da sempre presente parcialidade em todas as verdades; desdém diante da imparcialidade e da objetividade; redução da ciência; e valorização do posicionamento pessoal diante da exacerbação do individualismo, o que acabou por criar espaço para um relativismo extremo. “Não havia uma leitura óbvia ou de senso comum, já que tudo tinha uma infinidade de significados. Em suma, não existia uma verdade” (KAKUTANI, 2018, p. 56).

D’Ancona (2018) considera que o pensamento pós-moderno abriu espaço para o surgimento da pós-verdade. Isso ocorreu porque, ao questionar a própria noção de realidade objetiva num terreno arado pela ironia e pela fragmentação, acabou-se por “desgastar” a noção de verdade. O autor reconhece que “[...] a subversão da verdade como um ideal alcançável é tão antiga quanto a própria filosofia” (D’ANCONA, 2018, p. 87). Para D’Ancona (2018), os pós-modernos foram “profetas involuntários” da pós-verdade, que alimenta a alienação. Iremos enfrentar o conceito de pós-verdade, mas, antes, precisamos dialogar com a filosofia da ciência e as mudanças epistemológicas contemporâneas, que criaram o ambiente para que ela se desenvolvesse. Um caminhar que demanda disposição reflexiva e crítica. Afinal, como alerta Orwell (2020): conceitos como justiça, liberdade e verdade objetiva são ilusões poderosas nas quais as pessoas ainda acreditam.

Charaudeau (2007) distingue ainda o valor e o efeito de verdade. Verdade, destaca, está ligada ao imaginário de cada grupo social, não tendo definição universal. O valor de verdade não se relaciona ao empirismo, mas se realiza por meio de construção explicativa por meio da instrumentalização científica, como um conjunto de técnica de saber dizer e comentar o mundo. Assim, ser verdadeiro seria um saber erudito produzido por textos que o fundamentam. Baseia-se na evidência.

Já o efeito de verdade filia-se mais ao acreditar do que ao ser verdadeiro. Está no campo da subjetividade produzido a partir da relação com o mundo e da adesão ao que está dentro das normas de reconhecimento do mundo. Baseia-se na convicção. Portanto, tudo está atrelado a um julgamento epistêmico. “Pois o homem tem necessidade de basear sua relação com o mundo num ‘crer ser verdade’. É uma questão de verdade, mas também é uma questão de crença” (CHARAUDEAU, 2007, p. 48). É no campo epistêmico que vamos nos aprofundar agora.

## 2.2 As distopias epistemológicas

Como teoria do conhecimento, a epistemologia cuida da provisoriedade do conhecimento por meio de uma crítica aos próprios métodos e pressupostos (BELCHIOR, 2019). O entendimento sobre a verdade foi desafiado a partir de uma série de fenômenos no campo da Sociologia, da Filosofia e do entendimento da Ciência. Os fluxos do pensamento imprimiram novos paradigmas, desconstituindo velhas formas de pensar e de manter os modelos que perpetuavam maneiras específicas de poder, o que demandou ressignificar filosoficamente uma série de conceitos, inclusive o da verdade. Por isso, o conceito muda ao sabor da história do pensamento. Chegou a ser construído a partir dos interesses de soberanos e da Igreja. Foi então que os iluministas, em suas vertentes racionalistas e empiristas, questionaram as instituições que diziam a verdade. Outras tradições, como a marxista, com o viés do conflito de classes, e a escola de Frankfurt, com as análises sobre os meios de comunicação, também contribuíram para as mudanças paradigmáticas.

Se a modernidade trouxe modelos ortodoxos para pensar a verdade, modelos desenhados pela filosofia da ciência questionam processos, exaltam a relevância do pensamento crítico, da dúvida dos métodos e dos seus rigores, uma mudança na forma de fazer ciência e entender a construção da verdade. As promessas da modernidade acabaram por redundar no positivismo e na crença da infalibilidade do método, no horror à indeterminação.

Formar o espírito científico demanda o enfrentamento do que Bachelard (1996, p. 17) chamou de obstáculos epistemológicos diante do jogo de luzes e sombras projetado no conhecimento do real no campo do pensamento: “No próprio ato de conhecer que aparecem, por uma espécie de imperativo funcional, lentidões e conflitos”.

O pensamento empírico, ressalta o filósofo, só se aclara quando os argumentos ficam estabelecidos. E inclui, então, outra problemática: o mistério do real. Enfrentar esses mistérios demanda tempo e insistência, afinal aquilo que se crê saber com clareza ofusca o que se deveria saber. Bachelard (1996, p. 18) ainda acrescenta que qualquer espírito se apresenta à cultura científica com a idade de seus preconceitos: “Acender à ciência é rejuvenescer espiritualmente e aceitar uma brusca mutação que contradiz o passado”. Conclui que a ciência se opõe, em absoluto, à opinião; e não apenas isso, a opinião, destaca o filósofo, não apenas pensa mal, como não pensa e ainda impede o conhecimento. Então, arremata: “Não se pode basear nada na opinião: antes de tudo é preciso destruí-la. Ela é o primeiro obstáculo a ser superado” (BACHELARD, 1996, p. 18).

Outro ponto fundamental para a construção do conhecimento científico é saber perguntar. Bachelard (1996) avalia que, enquanto as perguntas abstratas se desgastam, as concretas ficam. E esse movimento incessante da dúvida demanda uma inquietação constante para que o instituto formativo não ceda ao conservativo. Afinal, pode-se chegar a um momento em que o espírito científico prefira o que confirma o seu saber ao que o contradiz, o que cessa, definitivamente, o crescimento espiritual. Por isso, o conhecimento científico forma-se ao mesmo tempo que se reforma, e essa reforma deve submeter-se a uma crítica, um elemento fundamental, e afastar-se do que Bachelard (1996) analisa como filosofia fácil, apoiada num sensualismo romanceado, e fundar-se na clareza, na nitidez, na segurança, na constância, mesmo sabendo que tudo pode mudar.

É natural o conhecimento entrar em crise, por tratar-se de uma atividade humana, e o ser humano necessita de novas problematizações. As crises do pensamento implicam, então, uma reorganização do sistema de saber, que exige um constante esforço de racionalidade. “A razão dinamiza a pesquisa, porque é a única que sugere, para além da experiência comum (imediate e sedutora), a experiência científica (indireta e fecunda)” (BACHELARD, 1996, p. 22). Assim a cultura da ciência, alerta Bachelard (1996), deve começar por uma catarse intelectual e afetiva. E acrescenta:

Resta, então, a tarefa mais difícil: colocar a cultura científica em contato de mobilização permanente, substituir o saber fechado e estático por um conhecimento aberto e dinâmico capaz de dialetizar todas as variáveis experimentais, oferecer enfim à razão para evoluir. (BACHELARD, 2016, p. 24).

Santos (1988, p. 46) destaca a ambiguidade e a complexidade do tempo presente, sempre em transição, “[...] descompassado em relação a tudo o que habita”. O sociólogo lembra quando a ciência moderna nasceu, no século XVI, e suas transformações ao chegar até aqui. Faz o convite para a busca das respostas simples sobre a ciência e os cientistas para trazer luz às perplexidades. Lembra quando a ciência, em meados do século XVIII, passou a se transformar num fomento de transformações técnicas e sociais sem precedentes na história da humanidade. Mesmo diante de se testemunhar essas transformações, Santos (1988) avalia não só a presença constante da perplexidade, mas também das novas abundâncias da vida individual e coletiva, demandantes de novas ordens científicas. Observa a necessidade de reconhecimento de formas de conhecimento que se pautem por diferentes princípios epistemológicos e regras metodológicas.

O paradigma pensado por Santos (1988) rompe com a ideia de que só é possível existir e se formar uma forma de conhecimento verdadeiro. O sociólogo faz uma digressão



histórica para recordar o período em que o método era assentado na redução da complexidade a partir de pressupostos e regras metodológicas. “É um conhecimento causal que aspira à formulação de leis, à luz de regularidades observadas, com vista a prever o comportamento futuro dos fenômenos” (SANTOS, 1988, p. 29).

Santos (1988) recorda as visões antipositivistas das ciências e destaca a importância de se reduzir os fatos sociais a dimensões não apenas externas, mais ainda observáveis e mensuráveis. Reforça ainda que as ações humanas acontecem no plano da subjetividade e que o comportamento humano não pode ser explicado por meio de características exteriores e objetiváveis, assim ocorre a crise do paradigma dominante, crise que não apenas é profunda, mas também irreversível e resultado de diversas condições. Ao passo que se aprofunda o conhecimento, mais visível fica a fragilidade dos pilares sobre os quais se funda.

Depois da euforia cientista do século XIX e da conseqüente aversão à reflexão filosófica, bem simbolizada pelo positivismo, chegamos a finais do século XX possuídos pelo desejo quase desesperado de complementarmos o conhecimento das coisas com o conhecimento do conhecimento das coisas, isto é, com o conhecimento de nós próprios. (SANTOS, 2018, p. 57).

Neste universo contemporâneo, definem-se cada vez menos as fronteiras dos objetos constituídos por complexas teias. Cenários desafiaram ainda mais o contexto científico, como a questão da autonomia e da industrialização da ciência, que aumentou o distanciamento entre os países centrais e periféricos. Santos (1988, p. 59) compara a crise paradigmática da ciência moderna a uma forma de família instável, intelectual, criativa e fascinante: em que, no ato da despedida, mesmo diante da dor, dos mapas conceituais, realiza uma busca de uma “[...] vida melhor a caminho doutras paragens onde o otimismo seja mais fundado e a racionalidade mais plural e onde finalmente o conhecimento volte a ser uma aventura encantada”.

Surge, então, o paradigma emergente desenhado por Santos (1988), que recorda o esvaziamento do papel do cientista social, rememorando, por exemplo, o que aconteceu nos estudos jurídicos por meio da ciência pura do direito e da dogmática jurídica e reforça a necessidade de se provocar uma reflexão global sobre o mundo. Assim, seria uma necessidade conhecer categorias de “[...] inteligibilidade globais, conceitos quentes que derretam as fronteiras em que a ciência moderna dividiu e encerrou a realidade. A ciência pós-moderna é uma ciência assumidamente analógica que conhece o que conhece pior através do que conhece melhor” (SANTOS, 1988, p. 59).

Outra característica é o entendimento do local como total. É então que o direito, que já tinha reduzido a complexidade da vida jurídica ao dogmatismo, acaba por ressignificar-se no mundo filosófico e sociológico em busca do que chamou de “prudência perdida”. “Nessa situação confluem sentidos e constelações de sentido vindos, tal qual rios, das nascentes das nossas práticas locais e arrastando consigo as areias dos nossos percursos moleculares, individuais, comunitários, sociais e planetários” (SANTOS, 1998, p. 70).

Acrescenta que essa fragmentação da pós-modernidade não é disciplinar, mas do campo temático. Isso porque seus temas funcionam como galerias pelas quais os conhecimentos ampliam-se ao encontro uns dos outros. Assim, o conhecimento segue avançando na medida em que o seu objeto se amplia em busca de outras interfaces, outros lugares cognitivos fora do contexto de origem. Passa, então, a ser um conhecimento sobre condições de possibilidade a partir de uma pluralidade metodológica:

Cada método é uma linguagem e a realidade responde na língua em que é perguntada. Só uma constelação de métodos pode captar o silêncio que persiste entre cada língua que pergunta. Numa fase de revolução científica como a que atravessamos, essa pluralidade de métodos só é possível mediante transgressão metodológica. (SANTOS, 1998, p. 90).

Essa ciência pós-moderna não segue trilhas unidimensionais, nem é previsível, e ainda permite configurações de estilos a partir da imaginação do cientista, segundo uma tolerância discursiva. Isso possibilita composições que, além de transdisciplinares, ainda são individualizadas, permitindo uma maior personalização da produção científica, o que Santos (1988) define como terceira característica do conhecimento científico: todo conhecimento é uma espécie de autoconhecimento. A partir dessa premissa, compreende então que a ciência é, assim, autobiográfica, isso porque o saber corre, inclusive, nos não ditos dos trabalhos acadêmicos. “No paradigma emergente, o caráter autobiográfico e autorreferenciável da ciência é plenamente assumido. A ciência moderna legou-nos um conhecimento funcional do mundo que alargou extraordinariamente as nossas perspectivas de sobrevivência” (SANTOS, 1988, p. 68).

Essa nova forma de ver a ciência seria, na leitura de Santos (1988), sua salvação. Afinal, o contexto contemporâneo demanda outras formas de conhecimento, mais compreensivo e, inclusive, íntimo, por unir pesquisador e objeto. “A incerteza do conhecimento, que a ciência moderna sempre viu como limitação técnica destinada a sucessivas superações, transforma-se na chave do entendimento de um mundo que mais do que controlado tem de ser contemplado” (SANTOS, 1988, p. 68).

A quarta característica da ciência pós-moderna seria constituir-se num novo senso comum, fundado numa racionalidade que não é, em si, necessariamente científica. Então, faz o contraponto com a ciência moderna: “Sabemos hoje que a ciência moderna nos ensina pouco sobre a nossa maneira de estar no mundo e que esse pouco, por mais que se amplie, será sempre exíguo porque a exiguidade está inscrita na forma de conhecimento que ele constitui” (SANTOS, 1998, p. 68).

Dessa forma, afirma Santos (1988), a ciência moderna colabora na produção não só de conhecimentos, mas de desconhecimentos, o que faz do cidadão comum um ignorante generalizado. Entra, então, um aspecto polêmico: o senso comum, que foi considerado não apenas falso, mas ilusório e superficial e foi reabilitado pela pós-modernidade, que encontra nele virtualidades capazes de enriquecer a relação com o mundo. E acrescenta:

Ao contrário, a **ciência pós-moderna sabe que nenhuma forma de conhecimento é, em si mesma**, racional; só a configuração de todas elas é racional. Tenta, pois, dialogar com outras formas de conhecimento deixando-se penetrar por elas. **A mais importante de todas é o conhecimento do senso comum, o conhecimento vulgar e prático com que no cotidiano orientamos as nossas ações e damos sentido à nossa vida.** (SANTOS, 1998, p. 90, grifo nosso).

Santos (1988, p. 70) reconhece que o senso comum tem faces mistificadas e mistificadoras, mas que também guarda dimensões utópicas e libertadoras capazes de serem ampliadas a partir do diálogo com o conhecimento científico: “Cada um é a tradução do outro, ambos criadores de textos, escritos em línguas distintas ambas conhecidas e necessárias para aprender a gostar das palavras e do mundo”. E, então, faz uma série de definições sobre o senso comum. Considera a coincidência entre causa e intenção, assentada na criatividade, prática e pragmática, reproduzida a partir da experiência da vida, sendo fiável e securizante. Analisa ainda como transparente e evidente, ao desconfiar do esoterismo do conhecimento, que se projeta em nome do princípio da igualdade, desdenha de estruturas para além da consciência, capta a horizontalidade das relações, reproduz-se no cotidiano da vida. “O senso comum aceita o que existe tal como existe; privilegia a ação que não produza rupturas significativas no real. Por último, o senso comum é retórico e metafórico; não ensina, persuade” (SANTOS, 1988, p. 70).

São estes aspectos do senso comum que se destacam diante do paradigma apresentado por Santos (1988). Mas alerta que, ao utilizá-lo sozinho, ele ganha um aspecto conservador e é capaz de legitimar prepotências, por isso que demanda uma interpenetração do conhecimento científico. É aí que se encontra uma nova racionalidade, que ganha novas possibilidades, o que seria uma racionalidade composta de várias racionalidades que

demandam inversões metodológicas. Essa ruptura se dá em diferentes dimensões no pensamento moderno e no pós-moderno. Naquele, ela é simbolizada pelo salto qualitativo do conhecimento do senso comum para o científico; neste, é do conhecimento científico para o senso comum. E arremata: “O conhecimento científico pós-moderno só se realiza enquanto tal na medida em que se converte em senso comum” (SANTOS, 1998, p. 70).

Essa “sensocomunização” da ciência pós-moderna, adianta Santos (1988), não faz com que ela despreze o conhecimento capaz de produzir tecnologia. A grande questão é a capacidade de traduzir o desenvolvimento tecnológico em sabedoria de vida. “É esta que assinala os marcos da prudência à nossa aventura científica. A prudência é a insegurança assumida e controlada” (SANTOS, 1998, p. 70).

São variadas as maneiras de se conceber o saber científico, afinal ele é composto dentro de um dinâmico mosaico de diversas culturas. No tempo moderno, a elaboração do saber seguiu modelos epistemológicos únicos, ofuscando outras formas de produzir saberes que privilegiassem outras diversidades culturais e visões multifacetadas do mundo. Tavares (2009, p. 183) chamou de epistemicídio a inferiorização e a destruição de saberes locais, “[...] desperdiçando-se, em nome dos desígnios do colonialismo, a riqueza de perspectivas presente na diversidade cultural e nas multifacetadas visões de mundo por elas protagonizadas”.

A expressão metafórica “epistemologias do sul” surgiu para se contrapor a uma visão etnocêntrica advinda de uma dominação política e cultural produzida a partir de uma raiz ontológica, epistemológica e ética imposta universalmente, seguindo um modelo colonialista, capitalista e cristão ocidental.

Afirmar, pois, a exclusividade de uma epistemologia com pretensões universalizantes tem um duplo sentido: por um lado, a redução de todo o conhecimento a um único paradigma, com as consequências da ocultação, destruição e menosprezo por outros saberes, e, por outro, a descontextualização social, política e institucional deste mesmo conhecimento, conferindo-lhe uma dimensão abstrata mais passível de universalização e absolutização e que possa servir de quadro teórico legitimador de todas as formas de dominação e de exclusão. (TAVARES, 2009, p. 24).

Tavares (2009) reforça que um dos aspectos que deram visibilidade à diversidade cultural e epistemológica do mundo foi a revolução das tecnologias de informação e comunicação. O acesso a este universo amplo produziu críticas e o despertar para a busca de alternativas epistemológicas.

Assim, destaca-se também a ecologia de saberes, pensada por Santos (2006), com: a epistemologia que luta contra a injustiça cognitiva. Ao estudá-la, Chauí (2017, p. 33) entende como o reconhecimento da pluralidade de saberes heterogêneos, da autonomia e

articulação realizada de maneira horizontal: “O saber crítico é emancipatório, é interconhecimento, reconhecimento e autoconhecimento”.

A ideia de pluralismo metodológico também encontrou destaque no pensamento de Feyerabend (1977), que se distanciou das metodologias normativas, aproximando-se da informalidade. A concepção da ciência se beneficia da proliferação de teorias e é debilitada pela uniformidade delas. A uniformização, analisa, é uma ameaça ao livre desenvolvimento individual. Entende ainda que a ciência elaborada a partir de regras fixas e universais torna-se quimérica e perniciosa ao implicar visões simplistas do homem e suas circunstâncias. “Todas as metodologias têm limitações e só a ‘regra’ do ‘tudo vale’ é capaz de manter-se. A alteração da perspectiva decorrente dessas descobertas conduz, uma vez mais, ao longamente esquecido problema do mérito da ciência” (FEYERABEND, 1977, p. 34).

Para Feyerabend (1977), a ciência moderna não convenceu seus oponentes e dominou pela força, não por argumentos. Chega a questionar o mérito da ciência e convida à necessidade de reexaminar a atitude em face dos mitos, das magias e das feitiçarias. Relembra a coincidência entre o surgimento da ciência moderna com a eliminação de tribos não incidentais por invasores ocidentais.

**Contudo, a ciência não tem autoridade maior que a de qualquer outra forma de vida.** Seus objetivos não são, por certo, mais importantes que os propósitos orientadores de uma comunidade religiosa ou de uma tribo que se mantém unida graças a um mito. De qualquer modo, não há por que esses objetivos possam restringir as vidas, os pensamentos, a educação dos integrantes de uma sociedade livre, onde cada qual deve ter a possibilidade de decidir por si próprio e de viver de acordo com as crenças sociais que tenha por mais aceitáveis. (FEYERABEND, 1977, p. 454, grifo nosso).

Em meio ao manifesto em favor do anarquismo na ciência, Feyerabend (1977) argumenta que a aparência de verdade absoluta nada mais é do que um conformismo absoluto. A ciência não pode ficar alheia à imaginação nem deixar de ter uma linguagem própria. Os fatos científicos precisam ser vistos como parte da opinião, da crença e da formação cultural.

Analisa a possibilidade da criação de uma tradição intacta e pergunta sobre a possibilidade de concessão de direitos de manipulação do conhecimento forma tornar ignorados resultados alcançados por outros métodos. “Essa é a indagação a que pretendo dar resposta neste ensaio. E minha resposta será um firme e vibrante NÃO” (FEYERABEND, 1977, p. 21). Para esta resposta, apresenta duas razões. Uma está relacionada ao recorte do que se pretende explorar, afinal o universo a ser explorado é desconhecido em grande parte, o que demandaria um espírito aberto a opções. A outra está atrelada à educação científica, que precisa se conciliar com a atitude humanista e ao desenvolvimento humano.

Não caberia conduzir os “negócios da ciência” por meio de métodos baseados em princípios imutáveis, incondicionalmente obrigatórios e firmes porque, argumenta Feyerabend (1977), diante de confrontos, mesmo a regra tendo plausibilidade e fundamentação epistemológica, ela será, invariavelmente, violada em algum momento. “Torna-se claro que tais violações não são eventos acidentais, não são o resultado de conhecimento insuficiente ou de desatenção que poderia ter sido evitada. Percebemos, ao contrário, que as violações são necessárias para o progresso” (FEYERABEND, 1977, p. 21).

O autor reforça ainda a necessidade da variedade de opiniões para o conhecimento objetivo. Outro pensador importante para analisar a questão da verdade Popper (2009), que enfrentou o que chamou de diversos aspectos da vida intelectual. Dentre eles, a forma como se defende o irracionalismo, composto pelo relativismo e pela doutrina da impossibilidade de um entendimento mútuo entre culturas. No texto “O mito do contexto”, enfrenta com mais fôlego o relativismo, que apresenta padrões irrealisticamente altos, nem sempre alcançáveis, portanto são passíveis da impossibilidade do entendimento. Parte, então, do mito, o qual é por ele criticado: “[...] existência de uma discussão racional e produtiva é impossível a menos que os participantes partilhem um contexto comum de pressupostos básicos ou, pelo menos, tenham acordado em semelhante contexto em vista da discussão” (POPPER, 2009, p. 70).

O mito não trata apenas de uma afirmação falsa, mas também viciada e capaz de, ao ser acolhida de forma generalizada, minar a unidade da humanidade e contribuir para a violência. Contém, inclusive, “parte significativa da verdade”. Já por contexto, entende ser um conjunto de pressupostos básicos que compõem a textura intelectual. Uma inquietação é o fato da impossibilidade de se discutir de forma proveitosa se ambas as partes não compartilham do mesmo contexto. Entende ainda que as discussões sérias e críticas são sempre difíceis, porque recebem elementos não racionais, afinal não é fácil desaprender a vencer, até porque, diante de um debate, a vitória nada significa; mas a clarificação do problema e a contribuição para a compreensão mais clara até mesmo da própria posição representam o sucesso.

Essa discussão racional pode até ser rara, mas é um ideal que deve ser valorizado. Mesmo sem ter objetivo converter ninguém e ser modesta nas expectativas; é suficiente, mais do que suficiente, se nos sentirmos capazes de ver as coisas por meio de uma nova luz ou que nos aproxime da verdade (POPPER, 2009). Popper (2009, p. 84) reforça que a tarefa da razão humana e da ciência é tornar o universo compreensível: “A verdade é difícil de alcançar. Requer engenho, ao criticar as antigas teorias, o engenheiro na invenção imaginativa de novas teorias. Isso se passa não só nas ciências, mas em todos os campos”.

A discussão crítica pode ser dificultada pela propaganda e pela falta de informação factual. “Mas estas dificuldades não são insuperáveis. Assim, é possível combater a propaganda com informação, e a informação, se disponível, sempre é ignorada – embora o seja muitas vezes” (POPPER, 2009, p. 88). Destaca que a doutrina da falibilidade humana pode ser válida, contrariamente ao absolutismo filosófico, que se afirma detentor da verdade absoluta.

Popper (2009) revela a necessidade de não se apanhar em prisões mentais que se aprisionam em determinadas teorias. Mesmo que nunca consigamos uma absoluta liberdade, pelo menos podemos ampliar seu espaço. Admite, inclusive com pesar, que a ciência não só também tem modas, como sofre pressão social. E arremata:

Enquanto a ciência for a busca da verdade, será discussão crítica e racional da teoria revolucionária. Esta discussão decidirá se a nova teoria deve ou não ser considerada melhor do que a velha teoria: ou seja: se deve ou não ser considerada um passo em direção à verdade. (POPPER, 2009, p. 107).

O contexto, para Popper (2009), assim como as línguas, podem ser barreiras ou até mesmo prisões. Ultrapassar essas barreiras pode ser difícil, mas avançar leva a um caminho de descobertas que já permitiu até mesmo ao avanço da ciência. Assim, os aspectos relacionados à filosofia da ciência deram espaço para a criação de um novo momento no mundo contemporâneo, que propiciou ambiência para a chamada pós-verdade.

Pinker (2018), em entrevista cedida a Ahrens, analisa que, diante do cenário contemporâneo mundial, a maioria das pessoas prefere não só a segurança ao perigo, mas também o conhecimento à ignorância. Na mesma entrevista Pinker (2018, s.p.) alerta que “[...] os ideais da razão, da ciência e do humanismo precisam ser defendidos agora mais do que nunca, porque suas conquistas podem vir abaixo. O progresso não é uma questão subjetiva. E isso é simples de entender”.

Diante das questões atinentes à tese, retomamos aqui outra questão relacionada ao campo democrático. Ao conceber a democracia de forma epistêmica, Dalaqua (2017) avalia que não se deve considerar impossível pensar num debate alheio a suposições com pretensões de verdade. O autor revisita a perspectiva democrática da Stuart Mill, que concebia uma concepção epistêmica do campo democrático sem implementar a tirania da verdade. Esta poderia até ser um benefício ocasional das deliberações da democracia, mas não necessariamente a sua razão de ser. “Afirmar a verdade e a expansão do conhecimento como possíveis benesses da democracia é diferente de torná-la escrava da verdade” (DALAQUA, 2017, p. 222-223). Dalaqua (2017) retoma ainda a perspectiva de Urbinati, que critica aqueles

que percebem a democracia como meio de investigação da verdade porque acabam por depreciar o valor do dissenso e consideram como distorcido o que não julgam verdadeiro.

As crises epistêmicas disseminam-se no mundo contemporâneo provocando a negação de fatos e o conhecimento já consagrado em diversos setores, o que implica também hábitos informativos e abertura de espaço para consumo de informações completamente inverossímeis, como as *fake news* (DOURADO, 2020). Essa crise ilumina este cenário de descrença no que Gomes (2018) chama de fontes primárias, que incluem ciência e imprensa, além da crença em versões deturpadas de acontecimentos públicos.

Gomes e Dourado (2019) alertam sobre a epistemologia tribal, segundo a qual as ideias de verdade e falsidade estão atreladas ao desejo das tribos. Assim, o que é bom para um lado é verdadeiro dentro do conhecimento produzido naquela tribo e garantido pelos chefes tribais. “O relato é considerado falso ou verdadeiro não em função dos fatos a que se referem, mas em virtude dos valores que reforçam, dos princípios que sustentam” (GOMES; DOURADO, 2019, p. 37), premissas que oferecem ambiente propício para a chamada pós-verdade.

### 2.3 A pós-verdade

O termo “pós-verdade” demanda atenção acadêmica e amplo debate público. Harsin (2018) o chama de conceito periodizante que se relaciona a formas de comunicação como *fake news*, trotes, mentiras políticas e caos induzidos pela tecnologia de mídia digital. Atrela-se à verdade ao que supostamente acredita ou sente saber. “É, na verdade, um colapso da confiança social que abrange o que antes era o principal revelador ou publicitário institucional – a mídia”<sup>7</sup> (HARSIN, 2018, s.p., tradução nossa).

A prática da pós-verdade acontece de forma perigosa e arbitrária nos campos político, publicitário e empresarial, tornando a verdade relativa, banalizando a objetividade dos dados e priorizando o discurso emotivo. A tecnologia contribui para o cenário ao dar espaço para rumores, versões alternativas, e, inclusive, falsidades explícitas (ANTONIO ZARZALEJOS, 2017).

Harsin (2018) considera que o termo traz problemas, como aqueles relacionados à periodização, como pós-modernidade ou pós-industrial. Então, questiona como se pode

---

<sup>7</sup> No original: “Is actually a breakdown of social trust, which encompasses what was formerly the major institutional truth-teller or publicist – the news media”.



conhecê-lo empiricamente e responde: na obsessão discursiva e na acusação de desonestidade, especialmente a mentira, além da capacidade de gerar ansiedade e desconfiança públicas.

Teóricos da Escola de Frankfurt entendiam o público receptor das mensagens como amorfo, como uma massa uniforme que recebia passivamente as informações. A pós-verdade, por sua vez, reforça-se pela discórdia, pela polarização, pela confusão. Esse cenário instrumentaliza a realidade a partir das tecnologias e das mensagens emocionais. Uma assessora do ex-presidente norte-americano Donald Trump, Kellyanne Conway, defendia a existência de fatos alternativos, numa substituição de argumentos factuais por afirmações sem comprovação. Barbosa (2019, p. 1297) lembra que, “[...] apesar de estarmos no mesmo mundo, os fatos vão depender do *feed* da sua mídia social”, e entende como apavorante o fato de as pessoas escolherem outras verdades, mesmo diante de evidências e documentos.

Os problemas que advêm da pós-verdade atuam em diversos campos, inclusive no epistêmico, ao gerar conhecimento falso, e no ético-moral, ao desconsiderar verdades factuais e valorização de mentiras intencionais estrategicamente construídas. Isso se torna possível diante da fragmentação do público nas democracias liberais, quando há verdades concorrentes, e não dialógicas no campo da polarização política.

Há ainda a produção de conhecimento realizado das mais diversas maneiras, com escassez de teorização, sem parâmetros críticos que reproduzam o que Harsin (2018) chama de “realismo em pânico”. Isso sem contar com um cenário que está completamente atrelado ao consumo das tecnologias de informação e comunicação.

Acrescente-se o “I-Epistemology”, termo usado por van Zoonen (2012), o “eu” como processo cultural contemporâneo em que pessoas suspeitam do conhecimento institucional e científico e o substituem pela verdade de sua experiência e opiniões. Trata-se de uma espécie de movimentos críticos que identificam o conhecimento como algo a ser contestado. A verdade estaria, então, atrelada à experiência pessoal.

Se mentir é parte da vida cotidiana e a mentira ganha proporções epidêmicas, há uma banalização da enganação em todos os níveis da vida contemporânea. Mantém-se somente uma pequena fresta entre a verdade e a mentira e a escolha entre ambas acaba sendo uma questão de conveniência. “A maioria de nós mente e é enganada regularmente” (KEYES, 2018, p. 14).

Neste contexto, há uma amistosidade com a mentirinha, mas há também um cenário de ambivalência: ao passo que se desculpam as mentiras produzidas por si mesmo, há uma consternação pela prevalência de desonestidade dos outros. O grande volume de mensagens compartilhadas nas redes amplia também o acesso a mentiras. Há uma

rotineirização da mentira, de maneira que nem se percebe quando se está mentindo nem quando se está sendo enganado (KEYES, 2018).

A capacidade humana de ficcionar esteve atrelada à sobrevivência, para enganar um redator, por exemplo. Keyes (2018) acrescenta a ideia de desonestidade situacional, em que as pessoas se aproveitam do fato de serem desconhecidas para transmitir variedades de verdade, dependendo dos sujeitos com quem estão lidando. Outro aspecto é o gerenciamento de impressão: mente-se para causar boa impressão.

A maioria de nós tem um personagem público cujo enredo tem se beneficiado de suavizar, rearranjar, alterar a cronologia e embelezar ao longo do tempo. Se pensarmos que nossas histórias ainda não são suficientemente interessantes, podemos até mesmo maquiagem alguns episódios para conferir-lhes alguma atratividade. Quanto mais imaginativos nossos mitos pessoais se tornam, mais “fatos” nós devemos criar para fazê-los funcionar. Em outras palavras, devemos ser criativos. (KEYES, 2018, p. 81).

Keyes (2018) ainda avalia o desejo de mentir a partir do sentimento de insegurança, figurado como estado da existência humana, uma doença incurável. Cita o caso de Jayson Blair, que enganou diversas pessoas ao fabricar reportagens até ser demitido do *The New York Times*. “O jogo da mentira transmite uma sensação de controle sobre aqueles que você tá enganando. Você sabe que está mentindo para eles; eles não sabem que estão sendo enganados” (KEYES, 2018, p. 92). Há também a excitação, um flerte com o perigo que provoca a liberação de serotonina. Compara o dançar ao vento o fato de se alterar a verdade. “Dizer a verdade não requer habilidade de nervos nem imaginação. Mentir, sim. Os próprios mentirosos se testam. Eles têm coragem” (KEYES, 2018, p. 94).

A pós-modernidade trouxe a ideia de que as histórias objetivas poderiam ser substituídas por narrativas. A tecnologia, então, acaba por lubrificar a engrenagem da pós-verdade e facilita a dissimulação. Assim, consegue dar escopo para os valores pós-modernos em que a superfície é mais valorosa do que a profundidade; a superficialidade é substituída pela realidade. “Mesmo o mais fervoroso relativista pós-moderno não argumentaria que a veracidade não tem lugar no discurso humano. Nenhuma sociedade pode funcionar sobre esta base” (KEYES, 2018, p. 224). Na emaranhada rede, os boatos ganham *status* de fatos, fofocas maliciosas e golpes categóricos são compartilhados sem que haja, necessariamente um guarda que determine o que é o quê. “Sua força é a rápida disseminação de grandes quantidades de informações” (KEYES, 2018, p. 201).

Apocalíptico, o autor acredita que, quanto mais pessoas estiverem no ciberespaço, mais a sociedade presume da autenticidade como quimera, o que pode fazer perder a

confiança ao longo do caminho, confinada nos olhos e ouvidos. Vivemos, então, numa sociedade tolerante à mentira. Keyes (2018, p. 240) analisa que um sintoma de democracia saudável está na capacidade de indignação dos cidadãos quando são enganados:

Apesar de sermos enganados com tanta frequência, a maioria de nós não é muito boa em detectar enganadores. Estamos predispostos a acreditar no que os outros nos dizem. Se não estivéssemos, a estabilidade entre os indivíduos entraria em colapso. Dar aos outros o benefício da dúvida ética torna possível uma sociedade civil, mesmo que isso signifique negligenciar ocasiões nas quais pensamos que podemos ter sido enganados.

Keyes (2018, p. 247) defende o abandono do “mentirismo” e o retorno ao valor social da honestidade: “Muitos facilitadores da pós-veracidade também contribuem para o seu desaparecimento. Isso é especialmente verdadeiro no ciberespaço, onde a mesma tecnologia tanto corrói quanto promove honestidade”. Se a mentira sempre existiu e sempre existirá, a maneira de encorajar a veracidade é fazer com que as pessoas se conectem para ampliar as conexões humanas, a fim de revigorar a veracidade. “A honestidade é um sinal de aspiração, de esperança, de fé na perspectiva da comunidade humana” (KEYES, 2018, p. 250).

Para além do conteúdo, Han (2018) alerta para a questão do volume de informações compartilhadas no presente contemporâneo. Para o filósofo, a quantidade maior de informações não leva, necessariamente, à tomada de decisões mais acertadas, afinal a informação nem sempre esclarece o mundo em si; aponta que a massa da informação não consegue produzir verdade, tampouco traz luz à escuridão.

O maior volume de informações seria capaz de tornar o mundo não abrangível, cumulativo. “Hoje por causa da onda crescente e até massiva de informações, está se encolhendo cada vez mais a capacidade superior de juízo” (HAN, 2018, p. 40). Destaca ainda outro problema do universo digital: a comunicação anônima presente na internet desconstrói o respeito, que se atrela sempre aos nomes. Isso possibilita que os usuários possam usar a palavra sem assinar e travestir-se do anonimato para compartilhar boatos ou *fake news*.

Se teóricos da comunicação destacam a comunicação dialógica da internet, com uma troca entre todos para todos, Han (2018, p. 80) denuncia o fato de o poder na comunicação não portar relação assimétrica, mas hierárquica, e não ser dialógico: “Tanto o poder como o respeito são meios de comunicação produtores de distância e distanciadores”.

A teia comunicativa ganha ainda um personagem: o *homo digitalis*, aquele que é absorvido pelo ambiente digital, sem mediadores, filtros, destinatários e consumidores passivos. Assim, acontece a “desmediatização” da comunicação. Então, o *smartphone*, que era aparato digital pobre em complexidade, acaba por promover a comunicação de modo

complexo. Neste cenário, Han (2018) faz alusão ao panóptico do mundo digital, onde todos observam e vigiam a todos, em que os habitantes são prisioneiros com ilusão de liberdade, até porque vigilância e controle fazem parte da comunicação digital.

Nesta complexa teia, a que se destina a produção industrial de informação, de *fake news*, de circulação de boatos? Para Han (2018, p. 104), a circulação acelerada de informação e comunicação leva a uma circulação de capital, daí a viralização acontece diante do contágio: “Uma defesa imunológica intensa sufoca a comunicação. Quanto menor a barreira imunológica, mais rápida se torna a circulação da informação”. No campo político: “[...] o botão curtir é uma cédula eleitoral digital. A internet ou o *smarthphone* são o novo local da eleição. E o clique do *mouse* ou um rápido toque com o dedo substitui o discurso” (HAN, 2018, p. 117). E acrescenta:

Na ágora digital, onde local de eleição e mercado, polis e economia se tornaram o mesmo, eleitores se comportam com os consumidores. É de se prever que a internet logo substituirá inteiramente o local de votação [...]. Aqui, não somos mais agentes ativos, não somos cidadãos, mas sim consumidores passivos. (HAN, 2018, p. 118).

Nesta turbulência de contextos, Levitin (2019) indica que há uma nostalgia de quando não havia a perspectiva de que a verdade não existia mais. No momento em que as mentiras deslavadas ganham definições, como contraconhecimento, meias-verdades, verdades alternativas, teorias da conspiração e *fake news*, a verdade segue importando mesmo na era de irracionalidade obstinada na era da pós-verdade. “A infraestrutura da informação é poderosa. Pode fazer o bem ou ser nociva. E precisamos distinguir os dois” (LEVITIN, 2019, p. 110).

Levitin (2019) insiste que mentira deve ser chamada de mentira, destaca como o Facebook tem se esforçado para abrir canal de combate às *fake news* e torce para que o papel de dar munição às mentiras diminua. Destaca o caso da mentira espalhada pelas redes de que a *pizzaria* Comet Ping Pong, sediada em Washington, era uma sede de prostituição comandada por Hillary Clinton, o que fez com que um americano dirigisse 560 quilômetros e disparasse uma arma na loja. Na internet, ressalta o autor, enquanto o escândalo recebeu mais de um milhão de visualizações, a notícia desmascarando-a recebeu menos de 35 mil.

Segundo o pesquisador, o perigo está na crença produzida dentro de um excesso de confiança de que o teor é verdadeiro e acrescenta que se pode dizer que há dois lados da história quando um deles é mentira. “Todo mundo, claro, tem direito a ter sua própria opinião. Mas não tem o direito de ter seus próprios fatos. Mentiras são ausência de fatos e, em muitos casos, uma direta contradição a eles” (LEVITIN, 2019, p. 11).

Uma forma de detectar a mentira é o pensamento crítico, capaz de treinar a reflexão, fazer a análise dos fatos e concluir com base em evidências, especialmente porque nosso cérebro também é uma máquina de fabulações; cabe pontuar que o pensamento criativo é bem diferente do crítico, e as pessoas tornam-se capazes de entender a verdade como evidência factual e objetiva (LEVITIN, 2019).

Essa dificuldade se encontra até mesmo entre os jovens. A Universidade de Stanford<sup>8</sup> considerou como “desoladora” a capacidade de jovens em raciocinar sobre informações disponíveis na internet depois de testar mais de 7.800 alunos, do ensino médio à faculdade, durante 18 meses. Outra dificuldade de produzir um pensamento crítico é a falta de humildade (LEVITIN, 2019). Diante do sistema educacional falho e da dependência da internet, temos uma geração incapaz de perceber aquilo que não sabe. Para Levitin (2019, p. 15), “Se conseguirmos aceitar essa verdade, podemos educar a mente, restabelecer a civilidade e desarmar o excesso de mentiras que ameaçam o nosso mundo. É a única maneira da democracia prosperar”.

A internet não só aumentou a periculosidade como o alcance das mentiras em medidas extraordinárias, afinal elas se misturam com as informações reais. Ao refletir sobre a promiscuidade da desinformação, Levitin (2019) analisa que ela é promíscua e atinge os mais diversos públicos, propagando-se e tornando-se conhecida.

Compreendendo a necessidade de entender o que são pseudofatos, distorções e mentiras descaradas, buscou estratégias para avaliar se os conteúdos são confiáveis. O autor lembra que há mais informações compartilhadas pelo homem nos últimos sete anos do que em toda a história da humanidade e que a desinformação já foi realidade documentada nos tempos bíblicos e na Grécia clássica. “O problema que temos hoje é que a desinformação se proliferou e as mentiras podem ser alimentadas para produzir fins sociais e políticos contra os quais de outra forma estaríamos protegidos” (LEVITIN, 2019, p. 19).

Destaca que uma das maneiras de se enganar é com o uso de gráficos e estatísticas, porque muitas pessoas vão achar muito trabalhoso examiná-los por não se sentirem capazes de fazê-lo. Alerta: por serem números, estatísticas dão a impressão de serem fatos frios e concretos, mas elas são feitas por pessoas, correspondendo a interpretações, não a fatos. Trata, então, do contraconhecimento, que usa uma espécie de verniz de conhecimento por meio de estatísticas sem fundamento capaz de fazer com que as pessoas acreditem nele.

---

<sup>8</sup> “O estudo indicou, porém, que 80% eram incapazes de apontar diferenças nas chamadas para notícias e para conteúdos patrocinados, apesar de o portal explicitar quando uma reportagem havia sido comprada por anunciantes.” (AVELAR, 2016, s.p.).

Em acontecimentos eminentemente complexos, nem tudo se pode explicar, haja vista que não há como se garantir que tudo foi observado ou relatado. Eis outros pontos importantes: a estatística divulgada nem sempre é a mais relevante, podendo haver manipulação no enquadramento; a comparação de coisas diferentes como se fossem iguais; a organização de informações de maneira a mudar a percepção das pessoas; e a falta de padronização das medidas. Ademais, vieses<sup>9</sup> podem influenciar a produção e a coleta dos dados. Um deles que interessa é o viés de informação, quando a amostra mente sobre sua opinião.

Considera importante o exercício da *infoliteracy*, que dará às pessoas a condição de reconhecer a hierarquia de fontes e os vieses que podem distorcer as informações:

Precisamos confiar em nós, em nossa própria inteligência e capacidade de raciocínio. Espertalhões que só querem pegar nosso dinheiro ou nos levar a votar contra os nossos próprios interesses vão tentar nos deslumbrar com pseudofato, nos confundir com números sem fundamento ou nos distrair com informações que, submetidas a um olhar mais atento, se mostram irrelevantes. Eles vão se fazer passar por especialistas. (LEVITIN, 2019, p. 146).

Como aspectos da educação digital, destaca a busca pelas fontes (incluindo jornalismo, que busca a certeza antes de publicar, e publicações acadêmicas) e analisar a data de publicação. “A internet trouxe à tona muitas fontes que não adotam o mesmo rigor e, em alguns casos, podem conseguir furo antes dos meios mais tradicionais e cautelosos” (LEVITIN, 2019, p. 159). Mesmo assim, não se pode confiar cegamente numa só fonte. “Assim como num tribunal, não podemos depender de uma única testemunha: precisamos de fatos corroborantes” (LEVITIN, 2019, p. 159). O autor lembra que, no universo digital, não existe uma categorização de autoridades que venha a impedir que as pessoas façam afirmações inverídicas. “Não há nenhuma forma de desativar um *site* infrator sem passar pelo processo custoso de recorrer a uma ordem judicial” (LEVITIN, 2019, p. 167).

Destaque-se ainda que as pessoas mentem pelos mais variados motivos, com frequência e até mesmo facilidade. “O máximo que podemos fazer é avaliar o peso dos fatos e usar as melhores ferramentas a nosso alcance e formular nossa própria opinião” (LEVITIN, 2019, p. 179). Há ainda a seletividade, quando o indivíduo faz o recorte da realidade a partir dos dados que reforçam suas hipóteses.

Em tempo de pós-verdade, o conhecimento científico também entra no campo. Sabe-se que até na ciência a verdade é cheia de controvérsias, dúvidas e debates.

---

<sup>9</sup> Vieses amostrais referem-se ao engano quanto à probabilidade que cada indivíduo ou objeto tem de ser incluído na amostragem. O viés de participação relaciona-se ao perfil de pessoas que estarão dispostas a participarem de um estudo em detrimento de outros.

A epistemologia mostra que o conhecimento é produzido a partir de replicações e convergências, com base em muitos dados e experimentos.

A promessa da internet é de que ela é uma grande força democratizante, que permite que todos expressem sua opinião e tenham acesso imediato a todas as informações do mundo. Se combinarmos as duas coisas como a internet e as mídias sociais, teremos um mundo virtual de informação e desinformação convivendo lado a lado, olhando para nós como gêmeas idênticas e uma vai nos ajudar, enquanto outras vão nos prejudicar. Cabe a todos nós descobrir qual escolher, e para isso é preciso um raciocínio cuidadoso e algo que muitos acreditamos que esteja em falta: tempo. (LEVITIN, 2019, p. 170).

Isso deve ocorrer dentro de um processo ativo e constante. Devemos ficar atentos não só aos outros que produzem mentiras, como também aos conhecimentos de cada indivíduo ou usuário de internet. Afinal, o contraconhecimento encontra-se disseminado nas redes sociais entre informações checadas e factuais. “Contraconhecimento e desinformação pode sair caro, em termos de vida e felicidade e em termos de tempo gasto tentando refazer resultados que não saíram como nós esperávamos” (LEVITIN, 2019, p. 282).

A utilização do prefixo “pós” tem se proliferado no sentido de ultrapassagem, de nova experiência, como alerta Tiburi (2017). Como já adiantamos, o termo “pós-verdade” foi considerado palavra do ano pelo Oxford Dictionaries (2016, s.p.), que o traduziu como um adjetivo que significa: “Relacionar ou denotar circunstâncias nas quais fatos objetivos são menos influentes na formação da opinião pública do que apelos à emoção e à crença pessoal”<sup>10</sup>.

Trata-se de uma circunstância em que as opiniões influenciam o processo de produção de opinião pública mais do que os fatos. Dunker *et al.* (2017, p. 18) destacam como: “[...] uma verdade inflacionada de subjetividade, sem nenhum sujeito”. Na mesma toada, Tiburi (2017) entende a pós-verdade como uma inverdade consensual, um acordo em torno da mentira, a hipocrisia elevada a paradigma. A filósofa acrescenta ainda a verdade digital, que se sustenta como verdade apenas porque foi dito, e apenas por isso. Assim, neste “mundo incatalogável de dados”, o mundo acaba se transformando num grande arquivo, um contexto em que não importa o conteúdo, mas os meios.

Dunker *et al.* (2017, p. 45), assim como D’Ancona (2018), consideram o termo como resultado do pós-modernismo, atrelado à subjetivação do pensamento: “A pós-verdade inaugura uma reflexão prática sobre o que devemos entender por verdade e sobre autoridade

---

<sup>10</sup> No original: “*Relating to or denoting circumstances in which objective facts are less influential in shaping public opinion than appeals to emotion and personal belief*”.

que lhe é suposta”. Os filósofos se reportam a mentiras técnicas praticadas, inclusive, por agentes do Estado nos campo retórico e jurídico, na maquiagem de balanços, por exemplo.

O conceito estaria relacionado a uma verdade contextual num ambiente em que se torna necessário inventar novas formas de possuir e pertencer. Dunker *et al.* (2017, p. 50) destacam o ponto de vista das relações intersubjetivas, segundo as quais a pós-verdade “[...] requer uma recusa do outro ou ao menos uma cultura da indiferença que, quando se vê ameaçada, reage com ódio ou violência”. Os autores denunciam a dificuldade das pessoas em ouvir o que as outras têm a dizer, assumir sua perspectiva, refletir, reposicionar-se e fazer convergir diferenças. Salientam, então, três aspectos da pós-verdade: o aceleração, a iconicidade e a funcionalização. O primeiro aspecto está relacionado ao universo da produção e da soberania do resultado. Vive-se num estado para além do estado natural das faculdades mentais. O segundo é a iconicidade: cada vez mais lemos mensagens compostas por imagens e textos, um gerador de falas interrompidas, demandas cruzadas e palavras sem destinatários, com entonações indeterminadas. O terceiro aspecto é a funcionalização, que está relacionada a protocolos de funcionamento. O indivíduo recebe mensagens prontas e as usa para repetir o que não consegue impedir-se de dizer.

Dunker *et al.* (2017) lembram que as pessoas passam muito tempo vivendo no mundo virtual e aprendem novas formas de estar com o outro. Esse espaço de encontros atrai, inclusive, bizarrices e indiferenças num ambiente eminentemente narcisístico. “Para os de dentro, eu não preciso escutar, porque sei o que vão dizer, e, para os de fora, escutar é desnecessário porque, afinal, eu já sei quem eles são” (DUNKER *et al.*, 2017, p. 36). E acrescentam:

Conclusão: onde há polêmica e controvérsia de opiniões é porque estamos no campo da ideologia e da metafísica. **Para a pós-verdade, a ciência silencia onde a ideologia faz falar.** Ali onde o multiculturalismo valoriza a polifonia de vozes e a diversidade de acentos, a pós-verdade se eleva como trovão da ordem. Nada mais equivocado para qualquer um que possua alguma noção de conhecimento ou epistemologia. Disso não discorre, obviamente, que lá onde há polêmica e incerteza, esteja apenas ciência. (DUNKER *et al.*, 2017, p. 38, grifo nosso).

Reforçando o pensamento dos filósofos, a pós-verdade prefere a ideologia à ciência, transferindo-se, assim, a autoridade da ciência para a produção de opiniões. No campo da internet, onde há flutuação de autoridade diante do fluxo de informações, há a inversão de narrativas, que demandam um cuidado ainda maior.

Ao analisar a relação da pós-verdade com a política, D’Ancona (2018, p. 34) ressalta que mentiras, manipulações e falsidades políticas não são semelhantes: “A novidade



não é a desonestidade dos políticos, mas a resposta do público a isso. A indignação dá lugar à indiferença e, por fim, à conivência. A mentira é considerada regra, e não exceção, mesmo em democracias”.

No que chama de epistemologia da pós-verdade, o autor analisa a existência de realidades incomensuráveis que demandam a escolha de lados no lugar de análise de evidências: “A ascensão da verdade como força coesiva na atividade científica, jurídica, política e comercial foi feito gradual e conquistado a muito custo” (D’ANCONA, 2018, p. 84). O autor considera, ainda, que a novidade contemporânea é a extensão que o cenário digital global faz com que a emoção recupere sua primazia, afastando a verdade. Destaca um colapso de confiança como a base social da era da pós-verdade, considerada uma tendência alarmante.

Como antídoto para ela, o pior seria a passividade muda. “O melhor é identificar e adotar aquelas medidas práticas que vão defender a verdade e seus antagonistas, realçar seu valor e assegurar sua centralidade em um contexto social e tecnológico totalmente transformado” (D’ANCONA, 2018, p. 100). E acrescenta:

Nossa própria era da pós-verdade é uma amostra do que acontece quando uma sociedade afrouxa em sua defesa dos valores que sustentam sua coesão, ordem e progresso: os valores da verdade, honestidade e responsabilização. Esses valores não são autossustentáveis. Sua manutenção é produto da decisão, ação e colaboração do ser humano. **Não há pêndulo histórico a indicar que a pós-verdade recuará inevitavelmente. Nem sua prevalência atual é obra de um indivíduo único.** (D’ANCONA, 2018, p. 100, grifo nosso).

Harari (2018, p. 280) pondera que basta realizar uma análise superficial da história para revelar como a desinformação não é algo novo e destaca: “Os seres humanos sempre viveram na era da pós-verdade. O *Homo sapiens* é uma espécie da pós-verdade, cujo poder depende de criar ficções e acreditar nelas”. O filósofo lembra que a capacidade de não apenas criar como também disseminar narrativas ficcionais e levá-las a espalhar e convencer milhares de outros é do ser humano. E vai além, analisando que “[...] o poder da cooperação humana depende de um delicado equilíbrio entre verdade e ficção” (HARARI, 2018, p. 296). Acrescenta, ainda, outro aspecto que chama de místico: a lacuna entre a verdade e o poder: “Verdade e poder podem andar juntos só até certo ponto. Cedo ou tarde vão seguir caminhos separados. Se você quer poder, em algum momento terá de disseminar mentiras. Se quiser saber sobre a verdade do mundo, em algum momento terá que renunciar ao poder” (HARARI, 2018, p. 300).

Essa relação se dá porque, segundo Harari (2018), os humanos preferem o poder à verdade, inclusive pelo fato de que as pessoas passam mais tempo tentando controlar o mundo do que compreendê-lo; quando buscam compreendê-lo, é para depois controlá-lo. Neste contexto, alerta que as *fake news* são problemas mais difíceis do que se supõe e que todos devem se esforçar para seguir distinguindo entre a verdade e a ficção. “É responsabilidade de todos nós investir tempo e esforço para expor nossos vieses e preconceitos e para verificar nossas fontes de informação” (HARARI, 2018, p. 301).

Localizar a questão da verdade e pós-verdade é fundamental para o diálogo proposto por esta tese. Gadamer (2015, p. 632) já previa a linguagem como experiência de mundo:

A melhor maneira de determinar o que significa a verdade será, também aqui, o conceito de jogo; o modo como de certo modo se coloca em jogo o peso das coisas que nos vêm ao encontro na compreensão é ele mesmo um processo de linguagem, por assim dizer, um jogo de palavras que pelo jogo transpõe o que se tem em mente. São também jogos de linguagem os que nos permitem chegar à compreensão do mundo na qualidade de aprendizes.

Nesta qualidade de aprendizes, o filósofo destaca que, “[...] na medida em que compreendemos, estamos incluídos num acontecer da verdade e, quando, de certo modo, queremos saber no que devemos crer, parece-nos que chegamos demasiado tarde” (GADAMER, 2015, p. 632).

Desse modo, é preciso conhecer os conceitos para apreender a complexidade com que esses conceitos filosóficos imergem no universo do Direito, especialmente em período eleitoral e numa plataforma digital. Como será que o discurso que envolve a verdade imprime horizontes de compreensão no universo jurídico? É o que ainda enfrentaremos, pois agora há outro *side* inegociável nesta trama: a mentira.

## 2.4 As diferentes versões da mentira

Seria a verdade um deslize ou um jogo de poder? Quais os simulacros que sustentam a verdade e a mentira? Precisa-se, então, abrir sendas e fendas de reflexão a partir de diálogos que vão do idealismo alemão de Kant (2008) ao desconstrutivismo de Derrida (1996). Ressoam-se, assim, acordes nos campos morais, jurídicos e políticos.

Qual, então, o conteúdo da mentira? Arendt (2013, p. 200) analisa ser a “ação” o que distingue o homem mentiroso daquele que fala a verdade, seja ela factual ou racional: “O mentiroso não carece de uma acomodação equívoca para aparecer no palco político porque

está sempre em meio a ele. Ele é um ator por natureza, ele diz o que não é por desejar que as coisas sejam diferentes daquilo que são”.

A filósofa considera a capacidade de mentir como um demonstrativo da liberdade humana, em que o mentiroso é livre para moldar seus fatos, sendo capaz de adequar estes ao seu bel-prazer. “O simples fato de podermos mudar as circunstâncias sob as quais vivemos se deve ao fato de sermos relativamente livres delas, e dessa liberdade é que se abusa, pervertendo-a através da mendacidade” (ARENDDT, 2013, p. 311).

A mentira acaba por se tornar uma falha na trama factual. Tradicionalmente, referia-se a particularidades e sem intuito necessário de iludir, literalmente, todas as pessoas. Dirigia-se a um inimigo e visava iludir apenas ele, o que, contemporaneamente, ganhou difusão em massa por meio da internet, como se verá adiante. “Se a história, e particularmente a história política, está repleta de mentiras, como se sabe, como a própria mentira poderia ter uma história?” (DERRIDA, 1996, s.p.). O filósofo compreende que somente nos tempos modernos a mentira conseguiu alcançar um limite absoluto, tornando-se completa e definitiva.

A manipulação dos fatos chama a atenção. “Por definição, o mentiroso sabe a verdade – se não toda a verdade, pelo menos a verdade daquilo que pensa, sobre o que ele quer dizer, sabe a diferença entre aquilo que pensa e aquilo que diz: sabe que mente” (DERRIDA, 1996, s.p.). A mentira seria, então, uma face do saber. Não se trata apenas de idealizar a verdade, mas de substituí-la. “O processo da mentira moderna já não seria a dissimulação que veio encobrir a verdade, mas a destruição da realidade ou do arquivo original” (DERRIDA, 1996, s.p.).

Ao analisar a relação da verdade com os fatos históricos franceses dentro de um contexto internacional, o autor questiona: “Essa, pelo menos é a verdade da legalidade forma e jurídica. Mas onde está essa verdade, se é que existe tal verdade?” (DERRIDA, 1996, s.p.). E acrescenta: “Nem todas as verdades devem ser ditas, como lembra um provérbio francês, e o imperativo não é tão sagrado, incondicional, como queria Kant” (DERRIDA, 1996, s.p.). Por isso, a necessidade de se considerar também as circunstâncias do dito, as formas do enunciado, a retórica e o destinatário, por exemplo. A partir daí, formula uma série de perguntas que também inquietam esta tese:

Será a mentira um conceito pertinente? Caso seja, qual seria o critério da mentira? O que seria a história de tal mentira? E, sobretudo, pergunta ainda diferente, qual seria a história do conceito de mentira que levantaria perguntas como estas? Se houvesse aqui mentira, e fosse pertinente determinar isso ou aquilo como mentira, quem seria o sujeito e quem seria o destinatário ou a vítima? (DERRIDA, 1996, s.p.).

Ante todas essas questões, ao se criar o direito diante de um determinado contexto, cria-se uma verdade de direito, “[...] verdade pública dominante e juridicamente incontestável” (DERRIDA, 1996, s.p.). Essa também é uma inquietação desta tese. Diante da judicialização da verdade, poderíamos falar da verdade produzida pelo Judiciário?

Nem toda informação incorreta pode ser considerada mentira. Derrida (1996, s.p.) ressalta que mentira não é erro: “Se o conceito de mentira não é nem a deficiência do saber ou do saber-fazer, nem o erro, se implica má vontade ou má-fé na ordem da razão moral, não da prática, mas da razão pura e prática, se dirige mais à crença do que ao conhecimento”. E, então, assevera: “Para mentir, no sentido estrito e clássico do conceito, é preciso saber a verdade e deformá-la intencionalmente. É preciso então mentir a si mesmo” (DERRIDA, 1996, s.p.).

Um outro aspecto ressaltado por Derrida (1996, s.p.), que também interessa a esta tese, é a relação da verdade com os regimes totalitários, que proclamam verdades objetivas. Portanto, deve-se ficar alerta para o seu uso a fim de atender a interesses contraditórios. O filósofo finaliza com uma pergunta: “Há realmente a possibilidade de uma história da mentira enquanto tal? Estou menos seguro disso do que nunca” (DERRIDA, 1996, s.p.). E, então, acrescenta que cabe à ordem do Judiciário e da universidade novas missões e responsabilidades na delimitação da mentira política. “Mentir sempre há de querer dizer enganar intencional e conscientemente o outro, sabendo aquilo que se esconde deliberadamente, sem, portanto, mentir a si mesmo” (DERRIDA, 1996, s.p.).

Derrida (1996) nos leva ao texto de Kant (2008), no qual este argumenta o quão sem sentido é usar a expressão “direito à verdade”. O certo seria direito à própria veracidade, algo do campo subjetivo. Kant (2008) propõe duas questões: a primeira é se o homem tem o direito de mentir diante de uma resposta de sim ou não; e a segunda é se o homem está obrigado, numa declaração que lhe faça pressão para ser injusto, a ser inverídico para prevenir um crime que o ameaça:

A veracidade nas declarações, que não se pode evitar, é o dever formal do homem em relação a seja o que for, por maior que seja a desvantagem que daí decorre para ele ou para outrem; e se não cometo uma injustiça contra quem me força injustamente a uma declaração, se a falsificar, cometo em geral, mediante tal falsificação, que também pode chamar mentira, uma injustiça na patê essencial do direito: isto é faço, tanto quanto de mim depende, que as declarações não tenham em geral crédito algum, por conseguinte, também que todos os direitos fundados em contratos sejam abolidos e percam a sua força – o que é uma injustiça causada à humanidade em geral. (KANT, 2008, p. 4).

Aqui, Kant (2008) parece seguir com seu imperativo categórico, analisando a relação da verdade com o dever humano, e revela as implicações do falseamento para as relações, inclusive jurídicas. Para o filósofo, a verdade pertence à ética e é um dever que deve ser a base de todos os deveres. “Ser verídico (honesto) em todas as declarações é, portanto, um mandamento sagrado da razão que ordena incondicionalmente e não é limitado por quaisquer conveniências” (KANT, 2008, p. 6).

E a relação com o Direito? A mentira define-se, então, como declaração intencionalmente não verdadeira, no intuito de prejudicar outrem. Destaca-se, portanto, a questão do desejo de causar dano ou lesão. “Ao inutilizar a fonte do direito, prejudica sempre outrem, mesmo que se não é homem determinado, mas a humanidade em geral” (KANT, 2008, p. 10). Mesmo diante desse destaque, também ressalta a mentira bem-intencionada, que pode ser passível de penalidade. Kant (2008, p. 15) destaca: “[...] aquele que se atém à verdade, a justiça pública nada em contrário pode contra ti, por mais imprevistas que sejam as consequências”. Essas consequências também têm implicações no campo analítico. Afinal, mais do que o conteúdo da mentira é a função que exerce na relação com o outro dentro de complexos processos que não serão aprofundados aqui. Para Cassorla (2018, p. 81), “[...] a mentira faz parte de complexos subterfúgios defensivos que o indivíduo usa para deformar e fraudar o contato com a realidade [...]”.

Para que essa deformação seja crível, precisa ter congruência com a verdade. O autor diverge mentira de falsidade. Enquanto a mentira faz a transformação da verdade de forma proposital, a falsidade decorre de falhas no campo da percepção ou do raciocínio, sem intuito de fraudar. Ressalta também que o mentiroso habitual convive com a mentira e sabe disso.

O autor categoriza a mentira em mentira altruísta, por meio da qual alguém se autoacusa para salvar a vida do outro, piedosa, dissimuladora de verdades insuportáveis; e protetora, que defende um ideal, por exemplo. “No campo narcisístico, vemos a mentira autoprotetora (afasta o intrusivo e retém o objeto necessário), a narcísica (controla o objeto atacando alteridade) e a perversa (usufrui do engano e do sofrimento)” (CASSORLA, 2018, p. 84). Esse campo da mentira narcísica contribui, por exemplo, para que as pessoas filiem-se e sejam convencidas, por meio de mentiras perversas, a apoiar terrorismo e homofobia.

Outro aspecto relevante é a sedução perversa, protagonizada por pessoas tão agradáveis e poderosas que chegam a imobilizar o outro. De um lado, estão as vítimas, estupeficadas, dos outros, algozes idealizados que precisam de vítimas para suprir a vaidade.

“A sedução faz a vítima submeter-se prazerosamente sem que perceba a deteriorização de sua capacidade de pensar” (CASSORLA, 2018, p. 86).

Essa relação é tão complexa que Cassorla (2018, p. 96) revela que a vítima pode não suportar a desidealização e então busca continuar acreditando no mentiroso, que pode ser perdoado e seguir vencendo pelo cansaço: “O auge da perversão grupal e institucional acontece quando essas personalidades são indicadas ou eleitas para cargos que têm o poder de julgar os demais”. No campo das artes, a questão ganha outra atmosfera. Lispector (1999, p. 67) relaciona a mentira com o pensamento:

O pior de mentir é que cria a falsa verdade. Não, não é truísmo; sei que estou dizendo outra coisa e que apenas não sei dizê-la de modo certo, aliás, me irrita é tudo que tem de ser de modo certo, imposição muito limitadora. O que é mesmo que eu tava tentando pensar? Talvez isso: se a mentira fosse apenas a negação da verdade, então este seria um dos modos (negativos) de dizer a verdade. Mas a mentira pior é a mentira criadora.

Eliasson (2017, tradução nossa), um artista contemporâneo, que trabalha o jogo de luzes e sombras para moldar sensações, ao se reportar à sua arte, revela algo extremamente primoroso: “A percepção de verdade depende da maneira como observamos”<sup>11</sup>. Esse discurso filosófico também corresponde a uma questão de perspectiva. De que ponto se observa o fato? O que este lugar permite revelar? O que se quer revelar e o que se quer compreender?

Por isso, no cenário contemporâneo, Grijelmo (2017), escritor espanhol, acrescenta um outro elemento: a pós-mentira. Para o autor, o fato de tudo poder ser verificável torna difícil mentir, mas essa dificuldade pode ser superada por alguns elementos. Os dois primeiros elementos são: “[...] insistência na asseveração falsa, apesar dos desmentidos confiáveis; e a desqualificação de quem a contradiz” (GRIJELMO, 2017, s.p.). O autor acrescenta um terceiro fator: “[...] milhões de pessoas prescindiram dos intermediários de garantias e não se informam pelos veículos de comunicação rigorosos, mas diretamente nas fontes manipuladoras (páginas de internet relacionadas e determinados perfis nas redes sociais)” (GRIJELMO, 2017, s.p.).

Rosling, Rosling e Rönnlund (2019) chamam de “factfulness” o hábito de ter opiniões baseadas em fatos. Algo que considera libertador. Os autores analisam que as pessoas interpretam mal os fatos e que é muito difícil mudar a visão de mundo porque ela decorre da forma como o cérebro funciona. “Nossos cérebros frequentemente se apressam em

---

<sup>11</sup> No original: “*What we consider true it depends on how you look at it*”.

chegar a conclusões rápidas sem muita ponderação, algo que costumava nos ajudar a evitar perigos imediatos” (ROSLING; ROSLING; RÖNNLUND, 2019, p. 338).

Na tentativa de combater o considera devastadora ignorância global, as pessoas precisam ser humildes e realistas em relação à extensão do conhecimento. “Percebi que combater a ignorância e disseminar uma visão de mundo baseada em fatos às vezes pode ser uma forma frustrante, mas no fim inspiradora e prazerosa de se passar a vida” (ROSLING; ROSLING; RÖNNLUND, 2019, p. 4134).

A pós-verdade pode ser considerada a ponta do *iceberg*. Abaixo dela, a confiança se dissolve. Segundo Bruno e Roque (2019), as redes sociais contribuem para minar a confiança dando espaço para novas crenças e novos valores. Abre-se espaço de contestação do método científico e desafiam-se consensos estabelecidos. “Talvez estejamos vivendo uma crise nos modos tradicionais de aferição da verdade. Não um questionamento da verdade como relevante, e sim uma crise no modo como sabemos se algo é ou não verdadeiro” (BRUNO; ROQUE, 2019, posição 164). Um ambiente que Sayad (2020, p. 942) chamou de Idade Mídia:

Não há trevas como no passado medieval, mas um excesso de luz igualmente perturbador. O conhecimento, por um lado, não é escasso nem restrito ao mundo eclesiástico – está potencialmente distribuído, disponível a quem estiver apto a se conectar com ele. Por outro lado, há muita desinformação provocada, ironicamente, pela abundância.

Neste problema clássico da definição de verdade e falsidade, exige-se cuidado com critérios científicos de verdade. É natural que determinado fato histórico gere divergências dentro do universo dos historiadores, mas não seria sensato proibir as interpretações discordantes. “Por outro lado, acreditamos que a liberdade de expressão não autoriza médico cardiopata a afirmar que o paciente poderia fazer tratamento à base de orações” (MACEDO JUNIOR, 2020, s.p.).

Diante dessa complexidade diante da mudança conceitual, percebe-se que é relevante manter o paradigma da verdade factual como base epistemológica, mas ficar alerta em relação às diferentes maneiras como os fatos imprimem versões que reivindicam a ideia de verdade fazendo surgir uma guerra de narrativas. Isso tudo é resultado das maneiras cambiantes e contemporâneas de analisar os fatos, conforme também estudamos neste capítulo. Nesse contexto, surgem mais inquietações: como se dá a construção de narrativas, como elas ganham ainda mais força e alcance a partir da arquitetura da internet e demandam regulamentação para a proteção do cenário democrático? Iremos nos debruçar sobre essa questão a seguir.

### 3 *FAKE NEWS*, INTERNET E DIREITO: OS DILEMAS GLOBAIS

Antes de discutirem-se questões sobre *fake news*, é necessário conceituar, catalogar e até mesmo destituir o próprio conceito. Por isso, este capítulo busca explicar de que maneira o fenômeno se apresenta como problema conceitual que desafiou diversos teóricos e como esse conceito é extremamente relevante até mesmo para pensar a sua possível regulamentação. No primeiro momento, faz-se uma ampla análise relacionada às *fake news* e à desinformação. No segundo momento, analisa-se como ela se manifesta dentro do universo digital, favorecida pelos algoritmos e pela arquitetura *on-line*.

Busca-se ainda entender os aspectos da psicologia que aproximam e filiam as pessoas a determinadas narrativas e, por fim, verificar as tentativas de entendimento da desinformação por meio das quais a Comunidade Europeia e a Organização dos Estados Americanos (OEA) se desafiaram a entender o fenômeno e a indicar possíveis maneiras de lidar com ele. Ao final, apresenta-se a proposta que está em discussão no Congresso Nacional com a finalidade de regulação no Brasil.

#### 3.1 *Fake news*: conceitos e cenários

A maneira como as informações se travestem ganha formas muito distintas, apesar de algumas terem uma distinção sutil, o que demanda caracterizá-las de maneira quase cirúrgica. Existem vários tipos de narrativas, especialmente na disputa pelo poder político. Afinal, esta luta inclui a disputa pela verdade, que também se constrói pela comunicação (SILVEIRA, 2020). E, em eleição, disputam-se mentes e corações, além de narrativas, interpretações, fatos e histórias (GOMES, 2019).

O uso político de informações manipuladas ocorre desde os gregos. O que torna o fenômeno diferenciado é a sua produção, disseminação e interpretação. A internet inaugurou novas formas de publicação, compartilhamento e consumo de informações que nem sempre passam pelo crivo de regulações ou padrões editoriais. “Uma vez que compartilhar é uma das regras ou um dos apelos do funcionamento das redes sociais, geram-se aí as condições para a disseminação de falsas notícias e de boatos” (SANTAELLA, 2018, p. 291).

Cabe aqui também tratar do termo “desinformação”, que é a produção e disseminação de informações falsas, equivocadas ou descontextualizadas para criar crime comunicacional e obter ganhos, provocando dissonâncias e desarranjos informacionais, e não se confunde com erros na produção ou difusão jornalística (MARTINS, 2020), tanto



que a tradução do termo “*fake news*” como notícias falsas resulta em oxímoro, afinal as informações se travestem de notícias, criando desarranjos comunicacionais, a partir da descontextualização, para difundir uma farsa ou desinformação com finalidades políticas ou financeiras, capazes de enganar, inclusive, eleitores. “As *fake news* são algo mais que informações tendenciosas ou manipuladas. São mentiras” (MARINONI; GALASSI, 2020, p. 555). Por isso, sugere-se, inclusive para termos desta tese, que a tradução seja feita como informação fraudulenta, uma vez que deve carregar o dolo de enganar (BUCCI, 2018; RAIS, 2019).

De todo modo, considera-se importante mostrar as diferentes maneiras de se entender o termo. Para Santaella (2018), *fake news* são boatos, fofocas ou rumores criados de forma deliberada para dissimular ou enganar com o intuito não só de exercer influência nas crenças das pessoas, mas também manipulá-las no campo político ou causar confusões privilegiando interesses escusos. Há a disseminação de todos os tipos de informação, inclusive favorecendo a fofoca, a velocidade da ação impensada e a até mesmo o compartilhamento leviano. Isso ocorre porque não só a autoridade como também a habilidade de compartilhar passam de mão em mão. “Quando a confusão e a falta de confiança nas fontes se instalam, as portas ficam abertas para que a desinformação tome o comando. Todas as espécies de conteúdos duvidosos e mesmo perigosos se propagam longe do controle das formas de escrutínio tradicionais” (SANTAELLA, 2018, p. 318).

Wardle e Derakhshan (2017) reforçam a necessidade de dividir o ecossistema informativo em três elementos: o tipo de conteúdo criado, a motivação do criador e a forma como este conteúdo é disseminado. Ademais, descrevem sete tipos de conteúdos que consideram problemáticos dentro do ecossistema informacional com o intuito de enganar: a sátira ou paródia; a falsa conexão; o conteúdo enganoso; o falso contexto; o conteúdo manipulado; o conteúdo impostor; e o conteúdo fabricado.

A **sátira ou paródia** têm um viés artístico. Como qualquer conteúdo artístico, demanda criticidade para entender a sua mensagem, mas, num mundo em que as pessoas recebem muitas informações, nem sempre elas são treinadas para identificá-las e acabam por acreditar no que seria uma forma de humor.

A **falsa conexão** diz respeito a títulos, recursos visuais ou legendas que não correspondem ao conteúdo. É uma estratégia muito usada para caçar cliques, ou seja, estimular o usuário da internet a clicar em manchetes apelativas para gerar audiência. Precisa-se clicar no título e ler o conteúdo para perceber que houve um equívoco.

O **conteúdo enganoso** ocorre pela manipulação das informações a partir de edição de imagens ou de recortes equivocados de estatísticas e cotações, por exemplo. Os recursos visuais são muito poderosos porque o cérebro tem menos probabilidade de criticá-los. Uma forma sutil de conteúdo enganoso são os informes publicitários que imitam o conteúdo editorial de maneira a enganar o usuário.

O **falso contexto** é um dos exemplos que demonstram por que o termo “*fake news*” é insuficiente para dar a dimensão do problema da desinformação. Ele refere-se a informações que são verdadeiras, mas estão atreladas a um momento histórico específico. Colocada em outro contexto, não corresponde à realidade<sup>12</sup>. Há ainda o **conteúdo manipulado**, quando um conteúdo genuíno é manipulado para enganar, o **conteúdo impostor**, como o uso de assinatura de jornalistas em textos e logomarcas de meios de comunicação em vídeos que não foram criados por eles, e, por fim, o **conteúdo fabricado**, que acontece quando o conteúdo é completamente produzido em formato de texto ou imagens. Percebe-se que o primeiro está relacionado a uma marca, seja ela pessoal ou de empresa, e o segundo é completamente criado sem atrelar assinatura alguma.

Pode-se incluir também a figura dos *memes* feitos por meio de animação ou imagens legendadas que também têm interessado à comunicação política. Chagas (2018) lembra que a ideia da imagem mental surge originalmente em Dawkins (1976), mas suas evolução associa-se atrela-se à arena midiática:

Fórmulas discursivas ou artefatos culturais que, a partir de uma interação com seus congêneres, e através de um processo de circulação em diferentes redes sociais, são capazes de despertar ou demonstrar o engajamento político do sujeito ou ainda socializá-lo com o debate público, através de uma linguagem metafórica e orientada à construção de um enredo ou enquadramento próprios, que fazem uso, muitas vezes, de referências da cultura popular. Com base nesta interpretação, desenvolvemos uma discussão sobre os usos dos *memes*, especificamente na internet, como estratégia retórica empregada pelos candidatos durante a disputa eleitoral.

Esse tipo de conteúdo atrela-se a um determinado gênero midiático que promove uma experiência relacionada ao letramento político. “Seja pelo humor e pela discussão pública que canalizam como sua face de maior visibilidade, seja pelo radicalismo e pela agressividade que despertam quando publicados como momentários sociais em meio ao debate *online*” (CHAGAS, 2018, p. 8). “O *meme* é uma unidade de conhecimento viral [...] que se dispersa à margem de seus atributos de veracidade. Vivemos no universo dos *memes* e

<sup>12</sup> Em 2018, circulou uma imagem com logomarca do *G1*, site de notícias do Grupo Globo, com a mensagem de que o Exame Nacional do Ensino Médio (Enem) havia sido cancelado por suspeita de fraude. A informação era correta, mas dizia respeito ao ano de 2009, quando, de fato, o concurso foi adiado por esse motivo.

necessitamos de critérios para distinguir o verdadeiro do falso, o seguro do provável, o certo sobre o duvidoso” (ANTONIO ZARZALEJOS, 2017, p. 12).

Percebe-se que esses conteúdos são muito próximos e é preciso um olhar muito atento para percebê-los. Por isso, Wardle e Derakhshan (2017) propõem atenção a três elementos que fazem parte do distúrbio da informação e algumas perguntas que devem ser feitas a eles: o agente, a mensagem e o intérprete. O agente que produz pode não ser o mesmo que distribui. Então, sugerem as seguintes questões: o agente é oficial? Tem relação com alguma organização ou motivação? A mensagem foi compartilhada por humanos ou robôs? Foi distribuída por atores diferentes? Os autores destacam que a mensagem também deve ser observada em seu conteúdo textual e visual para ser desmascarada (WARDLE; DERAKHSHAN, 2017).

Resta ainda considerar as instâncias do distúrbio da desinformação, seja na criação, na produção e na disseminação. Somente dissecando esses pontos será possível começar a entender as nuances. Quais os motivos pelos quais estes conteúdos estão sendo criados? Parodiar e provocar paixão, partidarismo, lucro, influência política e poder.

Muitas são, como adverte Harsin (2018), as subclasses de comunicação enganosa. O autor destaca quatro: desinformação, *fake news*, bombas de boato e mentiras. As três primeiras são partes de comunicações estratégicas com o propósito de capturar atenção, e não meras distorções acidentais e inocentes dos fatos. O que distingue, por exemplo, a falta de informação para a desinformação é o dolo, ou seja, o desejo de enganar. Há a disseminação de informação imprecisa pelo desconhecimento, mas não é uma falsidade. O destinatário estará mal informado, mas não manipulado pelos fins estratégicos do desinformador. Já na desinformação, existe o desejo deliberado de espalhar a informação falsa ou imprecisa, há uma desonestidade na mentira. Mesmo ciente de que a informação veiculada é falsa, o desinformador não se importa; pelo contrário, manipula para melhor atingir seus objetivos.

Há ainda os *rumor bombs*, que são improvisos de forma não profissional compartilhados, o que fez, como lembra Harsin (2018), com que o presidente Barack Obama tivesse que mostrar a certidão de nascimento para provar que não nasceu nos Estados Unidos. O autor recorda que os rumores eram notícias improvisadas num tempo em que havia escassez de informações e que hoje se dá um processo diferente. A disseminação é favorecida diante do excesso de informação, da fragmentação da atenção e do declínio das autoridades da verdade.

Enquanto as *fake news* são informações fraudulentas, embora possam ser contextualizadas por fatos, as bombas de boatos usam ambiguidades ou polissemias para gerar

crenças, conflitos, desacordos ou debates. Harsin (2018) afirma que o termo “*fake news*” surgiu nos Estados Unidos ainda no início da década de 1990, mas em 2015 ganhou uma conotação globalizada, sendo associado à pós-verdade e à inteligência artificial. O vocábulo chegou a ser atrelado à cobertura noticiosa desfavorável, sendo considerada palavra do ano pelo dicionário Collins em 2017.

As notícias falsas são, como as bombas de boato, uma subcategoria de desinformação, também chamada de “notícias falsas” e “notícias indesejadas”. Diferentemente das bombas de boato, as notícias falsas geralmente não são uma mistura de ambiguidade e fato interpretativo, mas incluem declarações falsas básicas (coisas que não aconteceram, que nem sequer existem) e, portanto, às vezes são erroneamente chamadas de mentiras. (HARSIN, 2018, s.p.).

É preciso ainda entender a diferença entre *fake news* e jornalismo cidadão. O avançar das tecnologias de informação e comunicação transformou os receptores em produtores de conteúdo. “Em lugar de anunciantes, voluntários; em lugar de empresários, pessoas comuns no gerenciamento dos espaços virtuais; em lugar do discurso oficial, a voz das coletividades; em lugar de lucro (exorbitante ou não), justiça”.

Sodré (2019) distingue notícia falsa, boato e *fake news*. A primeira é uma falsificação do fato, numa quebra de pacto do jornalismo com a credibilidade, seja por motivo individual, coletivo ou político. O boato privilegia a fabulação narrativa, servindo a interesses não apenas financeiros, mas também a afetos represados, podendo ser aleatório ou parte de uma estratégia discursiva deliberada. Para Sodré (2019, p. 1355), *fake news* seriam equivalentes ao boato, sendo que são disseminadas pela internet: “Nada mais *fake* que apreensão de verdade absoluta das *news*”.

Cabe lembrar que o jornalismo produzido para a internet favoreceu a emergência do jornalismo cidadão ou *open source journalism*. Foi, então, que qualquer grupo ou indivíduo ficou aberto a externar opiniões sobre os mais vastos assuntos. Houve ainda o avanço da cultura colaborativa, como os *wiki*<sup>13</sup>, em que as mais diversas pessoas poderiam compartilhar conhecimento e fazer uma gestão coletiva do conteúdo.

Se o ambiente digital torna o cidadão protagonista da sociedade do conhecimento, nesse contexto o homem encontra-se no centro da difusão de informações, reunindo curadoria, análise, produção e veiculação de dados, o que requer ainda mais cuidado e veracidade do material.

---

<sup>13</sup> A cultura *wiki* é pautada pela colaboração em arquitetura aberta. As pessoas podem compor saberes coletivos a partir da partilha de informações em comum.

Souza e Padrão (2018) reforçam que não se trata de notícia com a qual não se concorda ou desaprova. Os autores asseveram que essa tática de discurso tem sido muito usada por políticos para descredenciar matérias jornalísticas que são do seu desagrado. Consideram tratar-se de um uso distorcido da expressão e alertam que o problema da proliferação de notícias sem compromisso com a verdade precisa ser combatido de maneira eficaz. Delimitam:

*Fake news* são “notícias” inventadas e manipuladas com o intuito de viralizar na rede mundial de computadores, atraindo, com um pretense verniz jornalístico, a atenção do público e o resultado financeiro derivado dos cliques e visitas na página. Entra em cena então uma terceira categoria de notícias na rede: as que são notícias propriamente ditas, as não notícias e as notícias falsas. (SOUZA; PADRÃO, 2018, p. 2).

Para alguns, o uso do termo “notícias falsas” é um equívoco, tendo em vista que, se algo é falso, não pode ser considerado notícia, até porque, antes de serem publicadas, as informações que vão compor as notícias passam por processos de seleção e checagem. Cabe lembrar ainda que o jornalismo não apenas seleciona os acontecimentos, mas também os agenda, como lembra Bourdieu (1997, p. 19): “[...] os jornalistas têm lentes especiais através das quais vêem certas coisas e não vêem outras”.

Kovach e Rosenstiel (2004, p. 102) acreditam que a primeira obrigação do jornalismo é com a verdade, apesar da complexidade do significado trazida pelo termo: “Esse desejo de que a informação seja verdadeira é básico nessa discussão. Já que as notícias são o material que as pessoas usam para aprender e pensar sobre o mundo além dos próprios mundinhos, o mais importante é que informação seja boa e confiável”. São aspectos como estes que não existem nas *fake news*.

Pesquisadores como Mulcahey (2018) lembram que o termo “*fake news*” foi usado pelo ex-presidente estadunidense Donald Trump para desconstituir o tipo de jornalismo com o qual não concordava. O autor alerta que, em vários países, utilizou-se esse termo “*fake news*” para justificar leis de censura e para rejeitar denúncias que se distanciassem de suas narrativas preferidas.

### **3.2 Categorizações da informação**

Para se discutir *fake news*, é necessário fazer um estudo sobre informação. Por muito tempo, a palavra “informação” ficou distanciada da ideia de sentido ou significado e até mesmo da pretensão de verdade, só depois recebeu uma arquitetura não apenas teórica, mas

também científica. A própria noção do conceito mudou no século XX. Se antes designava esclarecimento, notícia, de 1920 em diante surge uma forma de vê-la a partir do entendimento de mensagens. A internet trouxe então uma reviravolta teórica dentro de um discurso. Enquanto também uma reconfiguração do liberalismo, surge o liberalismo informacional, que entende sua livre circulação como a base para autonomia individual e coletiva (LOVELUCK, 2018).

E qual seria a relação entre informação, comunicação e verdade? A informação é compreendida a partir da forma como é enunciada, independentemente da verdade que carregue. Já a “*misinformation*”, considerada palavra do ano de 2019 pelo dicionário digital Dictionary.com, traz a intenção deliberada de desinformar pelo volume de compartilhamentos propositadamente errôneos que infestaram as redes sociais.

Nesse contexto, Bucci (2019b, p. 25) pergunta: “Mas uma concepção de informação e comunicação que despreze a questão traz benefícios para a democracia?”. Questiona ainda como a ação de sistemas comunicacionais e informacionais pode reduzir a vitalidade da democracia ao sabotar o que se pode considerar verdade. Recupera a ideia de que a informação está atrelada à produção de sentidos para os seres humanos.

Wardle (2017) chama o termo de inútil e justifica a mudança desse batismo no ecossistema informativo. Categoriza, então, a informação em três espécies: *mis-information*, quando a informação é errada, mas não tem a intenção de causar danos; *dis-information*, quando há o compartilhamento de informações com a intenção de causar danos; e *mal-information*, quando as informações são corretas, mas são compartilhadas para causar danos e podem, inclusive, trazer ao público informações privadas.

Num ambiente que pesquisadores chamam de “guerra informacional”, a mentira é ativa. Conforme estudamos, Wardle (2017, s.p., tradução nossa) considera necessário entender três elementos para se aprofundar nesse ecossistema: “Os diferentes tipos de conteúdo que estão sendo criados e compartilhados, as motivações dos criadores deste conteúdo e as formas como estão sendo disseminadas”<sup>14</sup>.

Ressalte-se ainda a relação entre *fake news* e pós-verdade, já contextualizada anteriormente. Dunker *et al.* (2017) ressaltam que o termo “pós-verdade” foi declarado o termo do ano de 2016, mas destacam que o fenômeno data de 2001, logo após o ataque às torres gêmeas de Nova Iorque, quando a relativização da verdade passou a ganhar espaço nas

---

<sup>14</sup> No original: “*The different types of content that are being created and shared; the motivations of those who create this content; and the ways this content is being disseminated*”.

pautas, em detrimento da guerra que se instaurava contra o terrorismo. Os autores acrescentam:

O fato de que presidentes e agências de Estado pratiquem mentiras técnicas como essa, retóricas (como “guerra cirúrgica”), jurídicas (como a corrupção dentro da lei), apenas replica a maquiagem de balanços (que estava por trás das bolhas imobiliárias de 2008) e o cinismo como discurso básico do espaço público e da vida laboral. (DUNKER *et al.*, 2017, p. 53).

As informações foram sendo, com o passar do tempo e com o uso da internet, disseminadas com mais rapidez e compartilhadas com um maior número de pessoas, inclusive sem a interferência do jornalismo. Hoje, as chamadas *fake news* aproveitam-se desse campo para disseminar desinformação sob as vestes de notícias.

A Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura ressalta o fato de que, se são notícias, não podem ser consideradas falsas e, uma vez falsas, são desinformação. Define desinformação como uma informação falsa criada de forma deliberada com intuito de prejudicar uma organização, uma pessoa, um grupo social ou um país. A instituição também critica o uso do termo “*fake news*” por ser amplo e vago, deixando suscetível ao uso indevido.

Os políticos, às vezes, usam mal o termo como uma acusação destinada a minar a reputação e a credibilidade de jornalistas individuais, organizações de mídia individuais e as informações específicas em jogo. Isso levou um comentarista a descrever o termo como vindo “do léxico tradicional da autocracia”. Se o abuso da retórica de “notícias falsas” pode servir como uma forma de desinformação, tal exercício, no entanto, também nos alerta para o crescimento de fatos fabricados em circulação e a exploração desse fenômeno para contestação política.<sup>15</sup> (UNESCO, 2019, p. 16, tradução nossa).

Outro conteúdo que se encontra nessa desordem informacional é o *deep fake*. Bullock e Luengo-Oroz (2019) mapearam riscos de conteúdos gerados pela inteligência artificial para os direitos humanos; definem *deep fake* como uma *fake news* fabricada de forma realística com o uso de inteligência artificial para manipular áudio e som. Assim, essa manipulação é oriunda de recursos capazes de treinar linguagem a partir de modelos complexos. Os modelos podem trazer ganhos, como os assistentes virtuais, e reconhecimento de ódio na rede, mas também podem gerar notícias e vídeos falsos. Há inúmeros exemplos na

<sup>15</sup> No original: “Politicians sometimes misuse the term as an accusation designed to undermine the reputation and credibility of individual journalists, individual media organizations and the particular information at stake. This has prompted one commentator to describe the term as coming ‘from the traditional lexicon of autocracy’. If abuse of the rhetoric of ‘fake news’ can itself serve as a form of disinformation, such an exercise does nevertheless also alert us to the growth of fabricated facts in circulation, and the exploitation of this phenomenon for political contestation”.

internet que mostram a manipulação de fala de líderes políticos com o uso de edição para dar a eles um discurso que não proferiram. Editados, ganham o ambiente digital gerando danos pessoais em larga escala.

A partir dessa premissa, os pesquisadores fizeram um estudo de caso apresentando os modelos de inteligência artificial na finalidade de mostrar as implicações que o conteúdo produzido pode gerar no cenário político. Foi, então, que usaram transcrições em inglês de discursos proferidos por líderes políticos na Assembleia Geral da Organização das Nações Unidas (ONU) no período de 1970 a 2015 (BULLOCK; LUENGO-OROZ, 2019).

No estudo de caso, mostraram como a geração automatizada de texto foi disseminada em campos do *marketing* e da robótica e hoje é capaz de criar *chatbots*, análises de produtos e até mesmo poesias. Assim, mostraram que aquilo que parece resolver uma série de questões humanas cria muitos riscos em potencial, ao desenvolver o que os pesquisadores chamam de “modelos degenerativos”. Bullock e Luengo-Oroz (2019) apresentam um experimento capaz de gerar observações a partir de discursos feitos na Assembleia Geral da ONU. Conseguiram criar um modelo capaz de aprender e reproduzir o estilo de linguagem.

Dentre as implicações, destacam: a desinformação e a geração de discurso de ódio. No primeiro caso, a capacidade de gerar automaticamente essas informações permite a não publicação eficiente de notícias falsas e dos dados corretos de treinamento; permite não só a produção, mas também a publicação de desinformação hiperpersonalizada. “Além disso, tais artigos gerados podem parecer escritos em uma variedade de estilos e de várias fontes, adicionando assim credibilidade falsa a essas informações. Essas práticas estão se tornando pesquisas cada vez mais prevalentes e recentes estão em andamento sua detecção” (BULLOCK; LUENGO-OROZ, 2019, p. 4).

A geração automatizada de discursos de ódio é considerada um desafio crucial aos direitos humanos, pois atua, inclusive, na criação de instabilidade política:

No entanto, monitorar e responder a discurso de ódio automatizado – que pode ser disseminado em grande escala, e muitas vezes indistinguíveis da fala humana – está se tornando cada vez mais desafiador e exigirá novos tipos de contramedidas e estratégias em ambos os níveis técnico e regulatório. (BULLOCK; LUENGO-OROZ, 2019, p. 4).

Outro risco é a despersonalização, uma vez que consegue gerar textos controversos, estilos, inclusive, convincentes para uma determinada pessoa ou grupo, como para líderes políticos. Isso pode fazer com que as pessoas não chequem o teor do conteúdo e o assumam como verdadeiro, apesar da existência e disponibilidade dos registros oficiais.



Os autores ilustram, então, a facilidade como a geração de texto pode exibir os perigos potenciais da automação. Isso demanda a criação de políticas para atenuar esses riscos. Uma das políticas é o mapeamento dos impactos em direitos humanos a partir dessas tecnologias: avaliando os contextos e ampliando os esforços para mitigar a vitimização de pessoas inocentes. Além da capacidade das máquinas, há o interesse humano em entrar no jogo das disputas políticas. O que, para Gomes e Dourado (2019), é um fenômeno coextensivo à própria política. Nesse cenário, Bauman e Donskis (2014) analisam que a tecnologia chegou a ultrapassar a política. Lembram que já havia uma profecia de que a tecnologia iria tirar dos seus criadores o direito e a capacidade de tomar decisões. Os autores destacam que:

Tudo é uma questão de saber se você está *on-line* ou *off-line* com respeito aos problemas do seu país e aos debates em torno deles, em vez de decidir de uma vez por todas se vai permanecer naquele lugar ou votar nos mesmos atores políticos pelo resto da sua vida. Ou você está *on-line* ou *off-line*; esse é o um plebiscito diário numa sociedade líquida moderna. (BAUMAN; DONSKIS, 2014, p. 68).

Cabe ressaltar aqui como Bauman (2004) definia a modernidade líquida, termo gerado pelo autor porque não queria mais discutir a situação semântica do termo “pós-modernidade”, a “modernidade sem ilusões”. Nesse contexto, os conceitos ganham contornos os mais variados, os quais eram incapazes de manter uma forma específica. “Nossas instituições, nossos quadros de referência, estilos de vida, crenças e convicções mudam antes que tenham tempo de se solidificar em costumes, hábitos e verdades ‘autoevidentes’” (BAUMAN, 2004, s.p.). A modernidade líquida difere-se do que chama de modernidade sólida, estimulada por Descartes, com a relativização de tudo: “Tudo está agora sempre a ser permanentemente desmontado, mas sem perspectiva de nenhuma permanência” (BAUMAN, 2004, s.p.).

Kakutani (2018, p. 12) reforça que os regimes mais abomináveis da história da humanidade instalaram-se por meio da violação e do esfacelamento da verdade: “Cientes de que o cinismo, o cansaço e o medo podem tornar as pessoas suscetíveis a mentiras e falsas promessas de líderes determinados a alcançar o poder incondicional”. No cenário virtual, a questão se torna ainda mais complexa, segundo se verá na próxima subseção.

### **3.3 A tessitura digital e a disseminação inaudita**

A circulação de informações ganhou uma dimensão nunca antes vista na história mundial, tanto que dispositivos tecnológicos podem ser mensurados como uma segunda

natureza da vida humana. “A história, a economia, a política, a cultura, a percepção, a memória, a identidade, a experiência estão todas elas hoje mediadas pela tecnologia” (SANTAELLA, 2013, p. 93).

A mídia digital reestruturou a produção, a distribuição, o uso e a recepção de mensagens. As dinâmicas da publicação *on-line* ganharam dimensão universal e revolucionaram a forma de se comunicar. Se antes havia um sistema cuja emissão era domínio de poucos numa difusão para muitos, hoje essa difusão acontece na ordem de muitos para muitos numa territorialidade desmedida.

A partir da difusão da internet, uma nova gramática destacou palavras como interação, colaboração, troca, recombinação e compartilhamento, que passaram a influenciar a própria dinâmica social. Assim, foram descortinados novos cenários, demandando o exercício de compreensão dos seus efeitos em diversos campos, como os da Educação, da Economia, da Política e do Direito.

Em meio a muita produção de conteúdo, há um aspecto relevante: o capitalismo atencional. Não se pode desvincular a tecnologia da economia e dos demais processos sociais. A atenção do cidadão multimeios, que se informa por diversas fontes, é extremamente disputada e rende dinheiro. Então, nesta dinâmica sem precedentes na interação e na produção de conteúdos trazida pela internet, amplia-se a disputa de atenções em plataformas e aplicativos.

Houve uma inevitável ampliação de fontes de informação e não demorou para que a lógica comercial dominasse a rede, advindo daí o capitalismo de rede, com monopólios digitais com domínio de nicho de mercado, amplo número de usuários, operações em escala planetária, uso de dados coletado e controle de agentes que desenvolvem serviços (MARTINS, 2020). Facebook e Google, por exemplo, concentram não só audiência, como recebem financiamento publicitário e compartilham muito poder na distribuição de informações. O fato de o usuário não pagar para usar não significa que não haja monetização. As informações sobre movimentos, os gostos e os comportamentos do usuário se transformam em moedas de troca para as empresas.

No ecossistema comunicacional dominado por algumas corporações, as *fake news* são subprodutos do modelo de negócio baseado na concentração e exploração indevida dos dados pessoais dos usuários numa lógica socioeconômica de hiperestímulo (MARINONI; GALASSI, 2020). Acaba por ganhar contornos de circulação, mediação e acesso à informação, característicos das redes digitais. As autoras definem algoritmo como: “[...] ferramentas a serviço da dominação, da exploração e da opressão capitalista [...] um

motor financeiro voltado a produzir o máximo de cliques, visualizações e outras ações que garantam sua autorreprodução em escala ampliada” (MARINONI; GALASSI, 2020, p. 723). Em tempos de disputa por atenção, quanto mais cliques e visualizações, maior o lucro. Lucro para as plataformas, modulação política e cultura na sociedade.

Para atrair o usuário, muitas são as tecnologias de persuasão e dissuasão, o que acaba por resultar numa preocupação ética não só em relação à produção de conteúdo, mas também em relação ao uso de dados. “No contexto político, econômico e moral de um capitalismo global em crise, as pessoas criam práticas que exploram o sistema de desinformação para obter ganhos político-ideológicos” (MARINONI; GALASSI, 2020, p. 801).

Martins (2020) analisa que *fake news* acabam sendo lucrativas e que as informações adquiridas pelas redes podem ser utilizadas por corporações e governos. A autora apresenta o Índice Global de Desinformação (GDI), que mostra que 20 mil *sites* classificados como “desinformadores” pelo GDI alcançaram receita de US\$ 235 milhões por publicidade programática. Assim, afirma que o “[...] setor de informação, portanto, está hoje no centro da disputa pelos rumos da economia mundial” (MARTINS, 2020, posição 275).

Neste contexto entra o protagonismo dos algoritmos, que ganharam ainda mais força com as redes sociais e se caracterizam por não serem simples, tampouco neutros, por serem *performativos* e gerarem alterações no espaço de maneira invisível (SILVEIRA, 2019). “Algoritmos são rotinas finitas e logicamente encadeadas que realizam tarefas a partir de informações que recebem. Atualmente, quando falamos de big data estamos tratando de tecnologias que utilizam algoritmos para manipular grande quantidade de dados” (SILVEIRA, 2019, posição 78).

A cada movimento, o usuário deixa rastros do uso da internet que podem ser coletados e transformados em informações capazes de formar um perfil psicológico e orientar o consumo. Em nome de uma experiência de navegação melhor e conforto no uso da *web*, os usuários deram ainda mais pistas para receber anúncios capazes de chamar a atenção e seduzir. É como se fosse uma sedução *on demand*, vinda de acordo com os usos e gostos do usuário. Silveira (2019) destaca que essa geração de digitalização dos registros dos cotidianos transformou o mercado de dados em um dos mais segmentos mais relevantes da economia global. Ao passo que definem ganhos para o mercado, os dados processados trazem riscos para diversas áreas, como a democracia, ao realizar modulação social.

As redes desalinham confortos do poder em países com perfil autoritário de poder. Foi o exemplo da Primavera Árabe, porque agregaram desejos e ampliaram o debate público,

além de imporem agendas de mais transparência da máquina pública e desnudarem as limitações do Estado em se comunicar com as pessoas, o que acarretou repreensão autoritária contra elas por forças politicamente retrógradas, avessas à expansão da liberdade (BUCCI, 2019b). Mas é preciso estar alerta aos desdobramentos. Bucci (2019b, p. 668) considera que o problema não se encontra nas interações, “[...] mas em questões relacionadas à concentração de propriedade, à exploração industrial do olhar do desejo que essas relações engendram e aos moldes monopolistas com os quais elas se apossaram do fluxo das comunicações digitais em todo o planeta”. Alerta ainda que redes nem são públicas no controle nem na propriedade. “Sob a malha tecnológica, elas promovem a tecnociência e o capital como substitutos da própria política” (BUCCI, 2019b, p. 668).

Essa preocupação também encontra ressonância em Santaella (2018), que alerta para o fato de que os serviços prestados não são altruístas, comprometem a privacidade e ainda limitam a visão, estreitando horizontes. Para a autora, a invisibilidade da forma como os algoritmos funcionam é um grande problema, porque têm *design* preparado para traçar com precisão o perfil do usuário, para determinar, de forma precisa, a que bolha irá pertencer. Acontece, então, algo paradoxal:

Nas redes, não se trata mais de uma força superior inelutável que nos oprime e nos cega. Os algoritmos são baseados nas próprias escolhas que fazemos, desenham as predileções de que damos notícia nas redes. Portanto, não é mais uma mera questão de apenas demonizar o poder das redes, pois elas não fazem outra coisa a não ser nos devolver o retrato de nossas mentes, desejos e crenças. (SANTAELLA, 2018, p. 112).

Silveira (2019, posição 241) alerta: “[...] aquilo que o cérebro humano não foi capaz de aprender ao observar a sociedade sobre padrões de organização social, os algoritmos de *machine learning* e a mineração de dados prometem encontrar”. Ao criar novas posturas, acabam por reconfigurar a economia. Assim, a *performance* dos algoritmos não só captura os dados como também as subjetividades, o que faz com que sejam, inclusive, preditivos, velozes e precisos. O fato de serem *performativos*, em inúmeros casos, pode representar a realidade de forma fiel e objetiva, tanto que Silveira (2019) os caracteriza como devoradores de dados, de ruminantes digitais que buscam obter, até mesmo em tempo real, um resultado para o chamado capitalismo de plataforma, que se trata de um capitalismo de dados tratados por algoritmos.

A lógica que opera as redes é a do caça-cliques. O conteúdo vale mais se gera mais tráfego. E como isso repercute na produção de informações fraudulentas? Santaella (2018, p. 297, grifo nosso) problematiza:

**Assim, pouco importa se a mensagem é falsa e mentirosa, sua onipresença acaba por causar impacto, pois basta uma olhadela para ser capturado por sua insistência.** O usuário compartilha sem nem mesmo ler o conteúdo, só passando os olhos na chamada e na imagem, cujo poder de atração as colocam no foco central da atenção. **Além disso, são mensagens que buscam intensificar a reação emocional do receptor, provocando um efeito que deve ir bem além do simples “curtir”.**

Com tanto poder, demanda-se que a política de algoritmos das empresas seja transparente, mas, por outro lado, argumenta-se que as empresas precisam proteger o segredo dos negócios. Essa transparência também está atrelada ao fato de ser compreensível. Para se ter uma ideia, uma despreziosa consulta *on-line* oferece informação para compor o perfil de quem realizou a busca e os resultados são apresentados, muitas vezes, de acordo com a ordem de compra de *links* patrocinados.

Dentro do objeto de estudo desta tese, destaca-se a interferência no processo democrático. Sabe-se que sistemas computacionais e inteligência artificial podem mobilizar a opinião pública, interferir na liberdade de escolha e até mesmo na autonomia decisória das pessoas. “Os algoritmos só poderão servir à democracia se forem transparentes e governáveis. Invisíveis, ocultos ou obscuros não poderão ser socialmente auditados, portanto não poderão ser democraticamente controlados” (SILVEIRA, 2019, posição 1557).

A sociedade informacional é extremamente paradoxal. Ao passo que a internet contribuiu para dar mais transparência e controle social para o poder público, as grandes questões da democracia não foram resolvidas pela tecnologia, muito menos por seu uso. “Há certa ingenuidade na crença de que as tecnologias da informação e seus sistemas algorítmicos simplesmente terão maior velocidade e capacidade às nossas atividades sem afetar as suas finalidades e os nossos critérios de escolha” (SILVEIRA, 2019, posição 1497).

No campo das eleições, a partir dos algoritmos de aprendizagem de máquina, registros são usados para definir do discurso às cores utilizadas em um *slogan* para um público microsegmentado. Isso se torna ainda mais perigoso diante da formação de câmaras de eco (*echo chambers*) e de bolhas (*filter bubbles*).

Nesta engenharia do consenso, é preciso que as pessoas se mantenham atomizadas, segregadas e isoladas. Bucci (2019b) considera que um traço definidor das redes sociais é a impermeabilidade do dissenso, tanto que uma comunidade de determinada bolha não acessa o conteúdo da outra. Assim, acabam por segregar muito mais do que integrar a sociedade. No lugar de colocarem as pessoas em rede, impõem muralhas com caráter privatizado. A dinâmica dentro das bolhas impulsiona a dinâmica passional dos boatos e não amplia a partilha de pontos de vista plurais. “Na era das redes sociais, o indivíduo se encontra encapsulado em multidões que o espelham e o reafirmam ininterruptamente – são as

multidões de iguais, as multidões especulares, as multidões de mesmos” (BUCCI, 2019a, p. 28).

Santaella (2018, p. 63) entende que as bolhas relacionam-se com as *fake news* e redundam na pós-verdade, porque encontram terreno para a repetição de “crenças inamovíveis”, por isso é importante “[...] desatar analiticamente os fios em que as bolhas, as notícias falsas e a propalada era da pós-verdade encontram-se confusamente enroscados, para, a seguir, retomar suas inter-relações sob uma perspectiva tanto quanto possível bem fundamentada”.

Cabe aos filtros colocar o usuário mal informado a serviço de interesses públicos ocultos. Uma vez repetida ininterruptamente, a visão unilateral gera crenças fixas, amortece o hábito do pensamento e dá espaço para a formação de seitas que ficam alheias ao que está fora da bolha que as circunda, o que mina discursos cívicos e torna os usuários mais vulneráveis a manipulações, porque confiam em crenças preconceituosas (SANTAELLA, 2018).

As bolhas incluem pessoas com mesma visão de mundo e valores aproximados, além de senso de humor em sintonia, por isso que se tornam ambientes propícios para proliferar os *memes* ou as *trolagens*. Essa personalização dos filtros realizada por uma base algorítmica ou social afeta diretamente o direito à informação e torna-se ambiente fértil não só para a polarização como também para a disseminação de opiniões mal informadas. Afeta ainda o tráfego de notícias. Como os usuários não possuem o hábito de checar a precisão dos conteúdos, creem no que é oferecido no seu *feed* de notícias ou no que os motores de busca oferecem como informações imparciais, daí a necessidade de estimular os consumidores de informação a pensarem criticamente e a entenderem os bastidores da internet, mudando a cultura da informação.

Diante de espelhos de si, Santaella (2018) alerta que nos encontramos em meio a contradições que considera irresolvíveis. Afinal, as bolhas tendem a diminuir instabilidades provocadas pelo acúmulo de informação, mas, ao se tornarem impermeáveis, agenciam paisagens falsas que provocam efeitos na vida real, inclusive no campo político.

Quando se fala em falsidade, demanda-se falar também sobre boatos, bem como suscitar reflexões sobre diferentes aspectos, que incluem a produção, o compartilhamento e o consumo. Se os boatos já acompanham a história humana, foi a partir da internet que eles se tornaram onipresentes, pela facilidade de compartilhamento e acesso às informações, e

perenes, afinal nem todos conseguem retirar os conteúdos do universo digital<sup>16</sup>. Os falsos são preocupantes, especialmente pelo potencial de causar danos, inclusive irreparáveis, para indivíduos e instituições e até mesmo campos, como a economia e a democracia. Tem ainda mais um aspecto: são resistentes às correções, especialmente no campo digital (SUNSTEIN, 2019).

O aspecto do consumo é ainda mais desafiador. O receptor da mensagem, muitas vezes, tem conhecimento indireto e insuficiente para desafiar o boato. Diante da falta de conhecimento aprofundado e da crença inquestionada sobre a confiança da internet como fonte fidedigna de informações, pode-se considerar que o fato de a informação estar sendo veiculada pode ser um indício de verdade.

Como o boato pode ser definido? Sunstein (2019) considera não haver definição clássica e destaca que há imperfeição em qualquer definição. Define, porém, como sendo alegações sobre fatos sem comprovação, mas passa de uma pessoa para outra porque conquista adeptos capazes de crer nele, a partir do momento em que reforça suas convicções prévias. As crenças nascem das esperanças, objetivos e desejos, são motivadas. “Se o boato não puder encaixar-se em seu estoque existente de conhecimentos, parecerá ridículo e perderá força” (SUNSTEIN, 2019, p. 26).

As cascatas informacionais mostram que as pessoas são influenciadas pelo número de pessoas que acreditam, influenciam e determinam o que é verdade. Tem ainda a pessoa que é mais influenciadora. Tem ainda as cascatas de conformidade: acreditam porque outras pessoas acreditam. “As pessoas falsificam o próprio conhecimento ou, no mínimo, silenciam as próprias dúvidas, frente às opiniões visíveis da multidão” (SUNSTEIN, 2019, p. 42).

O terceiro aspecto é a polarização do grupo, um fenômeno onipresente da vida humana (SUNSTEIN, 2019). O fenômeno está relacionado ao compartilhamento por três razões: a troca de informações chega a intensificar as crenças já existentes; a segurança de ter uma opinião corroborada por pares; e a necessidade de aprovação do grupo. Isso quer dizer que há pessoas que já têm uma predisposição para acreditar, porque os boatos se

---

<sup>16</sup> O Supremo Tribunal Federal, inclusive, reconheceu que o direito ao esquecimento é incompatível com a Constituição Brasileira. A tese da repercussão geral firmada pelo julgamento é a de que: “É incompatível com a Constituição Federal a ideia de um direito ao esquecimento, assim entendido como o poder de obstar, em razão da passagem do tempo, a divulgação de fatos ou dados verídicos e lícitamente obtidos e publicados em meios de comunicação social – analógicos ou digitais. Eventuais excessos ou abusos no exercício da liberdade de expressão e de informação devem ser analisados caso a caso, a partir dos parâmetros constitucionais, especialmente os relativos à proteção da honra, da imagem, da privacidade e da personalidade em geral, e as expressas e específicas previsões legais nos âmbitos penal e cível” (BRASIL, 2021, s.p.).

compatibilizam com seus interesses ou com o que supõem ser verdade. “Muitos de nós acreditamos em boatos falsos em virtude dos nossos medos e das nossas esperanças” (SUNSTEIN, 2019, p. 8).

Nisso está incluído o *disconfirmation bias*, o viés de refutação, tendência de trabalhar para provar a falsidade de argumentos que contradizem crenças iniciais, que estudaremos no tópico seguinte, e as emoções, que estimulam ainda mais que o boato se espalhe. As amplas difusões de acusações falsas levam as pessoas a acreditar nelas. “É verdade que um grau maior de ceticismo é consequência provável em um mundo com tantas vozes nas quais não podemos confiar. Mas, mesmo num mundo assim, os propagadores de boatos falsos terão muito sucesso” (SUNSTEIN, 2019, p. 100).

Há duas maneiras de espalhamento dos boatos (SUNSTEIN, 2019): a primeira é a cascata social, que ocorre pela tendência da capacidade humana em acreditar no espírito da maioria. Quem não tem opinião formada, própria, acaba por aceitar a opinião dos outros. Além dessa aderência, contribui para o alastramento do pânico, disseminando medo e outras emoções fortes. Estas ganham ainda mais probabilidade de serem compartilhadas.

No ambiente de propagação, o que também faz com que o conteúdo se propague é seu potencial de causar danos. Boatos se tornaram veículos para os sentimentos compartilhados de frustração entre alguns públicos. Ao investigar a propagação, Jenkins (2014) percebeu que muitos dos boatos ganham força a partir dos próprios desejos e medos da comunidade participativa. Assume que a natureza da participação é complicada por questões ligadas a quem detém as plataformas.

A outra maneira de espalhamento dos boatos é polarização de grupos, que ocorre com a junção de pessoas que se juntam e desenvolvem visão mais radical do que antes. Na internet, onde qualquer pessoa pode receber qualquer informação, recebê-la de alguém com capital social pode indicar, para alguns, que se trata de verdade (SUNSTEIN, 2019). É possível agregar a questão da polarização e da cascata social com a ideia de filtros e bolhas, estudadas por Santaella (2018), ao enfrentar o tema das *fake news*, que aprofundaremos a seguir.

Enfrenta-se agora o propagador, que tem motivações diversas, sendo capaz de acreditar ou não no que propaga. Sunstein (2010) separa características do propagador: há os egoístas, uma vez que fazem isso por interesse próprio e para atrair audiência *on-line*; e os altruístas, que estão envolvidos em algum tipo de causa, os quais criam e publicam boatos de acordo com as causas que defendem. “Propagadores altruístas podem ser extraordinariamente levianos em relação à verdade, no sentido de que às vezes estão dispostos a dizer coisas que



sabem ser falsas e, com mais frequência, dispostos a afirmar o que não sabem ser verdadeiro” (SUNSTEIN, 2019, p. 19). Há ainda os maldosos, cuja fidelidade está em causar danos, não por determinada causa ou por interesse próprio. Os receptores podem ser receptivos, que têm propensões a acreditar; os neutros, que não têm muito conhecimento; e os céticos, que não são vulneráveis diante do volume de informações recebidas.

Na comunicação política, a disseminação de boatos é usada para criar ou destruir imagens públicas de atores políticos, produzir medo ou induzir comportamentos e atitudes. Gomes e Dourado (2019, p. 35) entendem ainda que:

Um boato, naturalmente, não precisa basear-se em uma história falsa, mas é igualmente plausível imaginar que a invenção de fatos inexistentes desempenhe um papel importante nas narrativas disseminadas, assim como são relevantes a distorção, o exagero, a supressão ou qualquer forma de alteração intencional dos fatos realmente acontecidos.

A estes fatores unem-se outros obstáculos impostos pela própria psicologia humana. Um dos aspectos é o fato de que falta ânimo de buscar fatos e opiniões que antagonizem os pontos de vista. Mesmo antes da internet, as pessoas já faziam uma seleção do que pensar e com quem compartilhar o pensamento. Afinal, é bem mais fácil e gasta-se menos esforço mental confirmar o que já aceitamos, ante a mesmice da alteridade, do que rejeitar aquilo que nos contradiz, romper e criar novos hábitos de pensamento. Santaella (2018) lembra que a semiótica já mostrou como os hábitos de pensamento funcionam como guias para a ação, por isso é possível que, mesmo com uma provável eliminação dos algoritmos, as pessoas seguiriam editando suas bolhas de filtro, aproximando-se dos espelhos de suas crenças.

Bucci (2019b) acrescenta que a notícia falsa só se difunde quando toca as emoções, sejam elas positivas ou negativas, porque sobre o factual predomina o sensacional. Assim, desejos obscuros se beneficiam da tecnologia em prol do obscurantismo, relacionando-se com o capital. “O poder mais obscuro se beneficia da tecnociência mais reluzente em prol de mais obscurantismo. A tecnologia que tateia o pós-humano por meio da inteligência artificial flerta com o poder obscuro, e o equivalente geral para as relações entre os dois polos é o capital” (BUCCI, 2019b, p. 832).

Ainda tem o fato de a mente funcionar por reconhecimento de padrões e o chamado viés de confirmação: “Quando alguém é confrontado por informações que contrariam sua visão de mundo, as chances de que aceitará o novo dado como um fato, mudará sua opinião, ou questionará o próprio sistema de crenças são um tanto baixas”

(SANTAELLA, 2018, p. 133). Assim, cabe também investigar como se dá a relação das *fake news* com os caminhos do entendimento e das paixões humanas.

### 3.4 A psicologia da desinformação

Atalhos mentais, confusões e ilusões, diversos são os fatores que fazem com que se acreditem em informações que não são verdadeiras. Um dos aspectos é a avareza cognitiva. “Preferimos usar maneiras mais simples e fáceis de resolver os problemas do que aquelas que exigem mais reflexão e esforço” (SHANE, 2020, s.p.).

Ainda em 2008, Taraborelli (2008) estudou como a *web* está mudando a maneira segundo a qual acreditamos. Argumenta que os usuários da internet provavelmente desenvolvem heurísticas simples para selecionar fontes que consideram confiáveis e discutem as consequências. Afinal, o que torna crível o conteúdo que recebemos? O autor compreende que o estudo do comportamento de busca por informações é capaz de fornecer aos cientistas sociais e cognitivos uma visão dos processos que medeiam a aquisição de conhecimento por deferência epistêmica.

Possuir conhecimento confiável e poder selecionar fontes confiáveis de informação são habilidades essenciais para nossa capacidade de lidar de maneira eficiente com os problemas levantados por nosso ambiente físico e social. Como organismos cognitivos, evoluídos, negociamos problemas cognitivos exigentes, selecionando estratégias parcimoniosas que nos fornecem soluções suficientemente precisas. **A deferência epistêmica – ou a capacidade de confiar em fontes externas de informação para formar novas crenças – pode ser considerada como uma dessas estratégias.** (TARABORELLI, 2008, p. 1, grifo nosso).

Na medida em que confiamos numa fonte externa para questões epistêmicas, é possível estender as crenças e a capacidade de raciocinar sobre fatos que se dominam completamente. Como a *web* normalmente produz várias fontes para as mais variadas informações, então a pergunta crítica a ser enfrentada é: quais dessas fontes devem ser confiáveis (TARABORELLI, 2008).

Para se decidir se a fonte é confiável ou não, torna-se necessária a sistematização do conhecimento e a experiência anterior. “Familiaridade e credibilidade experiente estão entre os motivos mais comuns para a seleção de fontes confiáveis a que diferimos. No caso geral, porém, não temos informações prévias sobre a confiabilidade de uma fonte externa e precisamos estimar isso” (TARABORELLI, 2008, p. 6).

No estudo, Taraborelli (2008) avalia que tecnologias cognitivas, como mecanismos de pesquisa, visam melhorar a recuperação de nossas informações, reduzindo o

esforço cognitivo necessário para resolver problemas particularmente exigentes e aumentando a quantidade de informações disponíveis para o usuário. Nesse sentido, essas tecnologias tendem a favorecer a seleção de estratégias simples, sem esforço, automáticas.

Destaca três fatores que contribuem para o privilégio de alguns tipos de informação: o envolvimento cognitivo é baixo, a ecologia em que essas estratégias se aplicam é suficientemente estável para permitir o aprendizado e dicas simples são suficientemente precisas para permitir que o usuário lide com a poluição epistêmica.

Outro aspecto é a teoria do processo duplo, ou seja, temos duas formas básicas para pensar: uma que requer mais esforço e outra que requer menos. Diante da postura de avareza cognitiva, opta-se pela mais fácil. “O processamento automático cria o risco de desinformação por dois motivos. Primeiro, quanto mais fácil algo é processado, maior a probabilidade de pensarmos que é verdade; portanto, julgamentos rápidos e fáceis geralmente parecem certos, mesmo quando não são” (SHANE, 2020, s.p.).

Existem ainda as heurísticas, indicadores utilizados para fazer julgamentos rápidos (METZGER; FLANAGIN, 2013). Elas são utilizadas porque fica mais fácil do que realizar análises complexas em espaços onde há muita informação, como na internet. A grande questão é que elas levam a conclusões incorretas. Um dos tipos de heurística é a de endosso social, em que você confia só porque alguém de sua confiança compartilhou nas redes sociais.

As informações *on-line* ampliaram a preocupação com a credibilidade, a qualidade e a veracidade delas, que são menos claras do que nunca. Isso dificulta que os indivíduos encontrem dados em que possam realmente confiar. A mídia digital muda tanto as habilidades cognitivas que as pessoas precisam avaliar a credibilidade das informações veiculadas, pois a proliferação de tanta informação *on-line* muda a frequência com que as pessoas são chamadas a recorrer às suas habilidades.

A redução de incertezas acontece a partir dos julgamentos baseados em conhecimento pessoal, informações indiretas, repassadas por fontes confiáveis ou com intermédio tradicional, como especialistas e líderes de opinião. A grande questão é que, quando as informações migraram para o universo digital, muitos dos intermediários tradicionais foram removidos e as pessoas passaram a se informar por contra própria.

Na comunicação em rede, tornou-se ainda mais desafiador determinar a complexidade da informação. Se na mídia tradicional havia número limitado de fontes e se, tempos atrás, existiam muitas barreiras para ter acesso às informações, as fontes de informação credíveis eram com frequência facilmente reconhecidas em virtude de suas

observáveis e verificáveis credenciais, enraizadas em qualificações ou treinamento específicos. Embora esse sistema de concessão de credibilidade perdure hoje em vários domínios, a evolução das ferramentas de compartilhamento de informações em rede alterou o lugar de fala. Assim, a mídia digital apresenta novos desafios com relação à credibilidade, até porque o processo de filtragem meritocrática feito pelas pessoas não ocorre e muitos conteúdos são oferecidos sem ela.

A abundância de informações *on-line* torna os modelos tradicionais de supervisão de *gatekeeper* e controle de qualidade insustentáveis, devido ao grande volume de informações que precisariam ser examinadas. Outros observaram que as informações *on-line*, às vezes, carecem de indicadores de autoridade tradicionais, como identidade do autor ou reputação.

Assim, acaba por desaparecer uma organização ou uma pessoa meritocrática que segue princípios técnicos e deontológicos capazes de dar mais validade à informação, para fazer a mediação entre os fatos e o receptor. Cada usuário será responsável por decidir, por si próprio, que informação é ou não é credível, que informação é mais ou menos credível (SERRA, 2006).

Sem indicação da fonte para verificação, perde-se a base sobre a qual repousam os julgamentos de credibilidade. Em alguns casos, as informações de origem não estão disponíveis, estando mascaradas ou totalmente ausentes de um *site*, *blog*, *wiki* e assim por diante. Em outros casos, as informações da fonte são fornecidas, mas são difíceis de serem interpretadas, porque são compartilhadas a partir de muitos agregadores.

Agrega-se ainda o fato de não existirem padrões universais para a publicação de informações na internet, sendo as informações alteradas com facilidade, deturpadas ou criadas anonimamente sob falsos pretextos. Essa maleabilidade exacerba problemas potenciais de confiabilidade da informação, uma vez que a alteração da informação digital é difícil ou impossível de detectar. Além disso, a natureza global da *web* dificulta a adoção de padrões de qualidade e controle sob a forma de regulamentação governamental.

Os recursos tecnológicos da internet e dos mecanismos de pesquisa também podem criar um tipo de “déficit de contexto” para a informação digital que agrava a confusão da fonte. A estrutura com *hiperlink* da *web* torna psicologicamente desafiador para os usuários acompanharem e avaliarem várias fontes à medida que se deslocam de um *site* para outro. Uma suposição comum sobre como as pessoas avaliam informações *on-line* é que elas são motivadas a avaliar informações que recebem para determinar sua confiabilidade.

Os autores Metzger e Flanagin (2013) sugerem cinco abordagens para a avaliação de informações *on-line*: a verificação da precisão, autoridade, objetividade, moeda e cobertura ou escopo da informação e/ou sua fonte. A precisão refere-se ao grau em que um *site* ou outra fonte está livre de erros e se as informações podem ser verificadas *off-line*.

A **autoridade** pode ser observada a partir da análise da autoria da informação, quais as suas credenciais e qualificações e se o *site* é recomendado por outra pessoa confiável. A **objetividade** envolve identificar o objetivo do autor de fornecer as informações e se as informações fornecidas são fatos ou opiniões, o que também inclui compreender se pode haver intenção comercial ou conflito de interesses, bem como a natureza dos relacionamentos entre fontes de informações vinculadas (por exemplo, o significado de “*links* patrocinados” em uma saída de pesquisa do Google).

A **moeda** refere-se à atualização das informações e a **cobertura** atrela-se à abrangência ou profundidade da informação fornecida. Essas recomendações exigem uma série de atividades por parte dos usuários, desde simples visuais inspeções de um *site* para esforços de verificação até triangulações de informações mais trabalhosas. No entanto, pesquisas mostram que as pessoas raramente se envolvem em tarefas de avaliação de informações, optando por basear decisões sobre fatores como *design* e navegabilidade do *site*.

Os autores revelam pesquisas que mostram como os consumidores avaliam muito mais o *design* visual dos *sites*, em vez de informações de conteúdo ou fonte. Além disso, os usuários informam que verificam as informações encontradas *on-line* apenas por credibilidade, “raramente”/“ocasionalmente”, e tendem a usar estratégias de verificação que exigem o mínimo de esforço para serem executadas.

Essas perspectivas compartilham a noção de que as pessoas nem sempre investem todas as suas capacidades mentais em informações. Neste contexto, cabe destacar ainda o *efeito backfire* estudado pelos cientistas norte-americanos Brendan Nyhan e Jason Reifler. Os estudiosos elaboraram artigos reproduzindo informações erradas difundidas nos Estados Unidos que relatavam que as forças armadas teriam encontrado armas de destruição em massa e juntaram com as informações verdadeiras de que estas armas não tinham sido encontradas.

Os textos foram entregues a voluntários. A partir da análise, percebeu-se que pessoas com ideias favoráveis à guerra consideraram a informação falsa como verdadeira. E mais: a leitura da informação correta lhes deu ainda mais convicção de que seu entendimento era correto. “Ao receber uma informação que se choca com sua crença, a pessoa tende a revisar mentalmente as ‘evidências’ que a induziram a ter essa concepção equivocada e, nesse

processo de revisão de suas memórias, pode acabar reforçando sua crença inicial” (CARVALHO, 2020, s.p.).

Os cientistas cognitivistas há muito tempo entendem que as pessoas têm restrições em sua capacidade de processar informações. A ideia de racionalidade limitada (SIMON, 1955) estipula que as pessoas nem sempre são capazes de agir perfeitamente de modo racional devido a limitações impostas pela mente humana (por exemplo, recursos computacionais não infinitos) e por condições externas (por exemplo, tempo não infinito).

A racionalidade limitada baseia-se no princípio de menor esforço e leva em consideração o fato de que a decisão dos fabricantes precisa “[...] chegar a suas inferências usando quantidades realistas de tempo, informações e recursos computacionais”<sup>17</sup> (GIGERENZER; TODD, 1999, p. 24, tradução nossa). Como tal, o comportamento dos indivíduos é adaptável, pois as pessoas procuram encontrar um equilíbrio ideal entre esforços cognitivos e resultados desejados. Uma forma de racionalidade limitada é satisfatória, ou seja, quando as pessoas não usem todos os seus recursos cognitivos para obter resultados ideais, mas usam apenas o suficiente para fornecer um resultado suficientemente ótimo para o contexto.

A **heurística da reputação** está, portanto, relacionada ao envolvimento de apelar inadequadamente à autoridade, por exemplo, em um tópico fora do campo de um especialista ou quando não há consenso de especialistas. Aproveita a tendência humana de acreditar que pessoas de prestígio não podem estar erradas. A heurística da reputação também pode ser sustentada por alguns dos mesmos princípios em jogo no endosso e na consistência heurística, que serão discutidos a seguir, porque a reputação se baseia em um endosso social consistente.

A **heurística de endosso** sugere que as pessoas tendem a acreditar em informações e fontes se outras também o fizerem, sem muita análise do conteúdo ou da fonte do *site*. Os indivíduos tendem a confiar automaticamente em *sites* e fontes que são recomendados por outras pessoas conhecidas ou provenientes de pessoas desconhecidas na forma de depoimentos, revisões ou classificações. A confiança derivada de outros conhecidos pode ser sustentada por outra forma de raciocínio heurístico conhecida como a “heurística de gostar/concordar”. Se pensarmos que as pessoas na internet estão reunidas em câmaras de eco e bolhas, esta heurística traz resultados ainda mais complexos, uma vez que as fontes serão

---

<sup>17</sup> No original: “[...] arrive at their inferences using realistic amounts of time, information, and computational resources”.

permanentemente as mesmas e dificilmente haverá contraditório ou outras visões capazes de trazer novas formas de se perceber o mesmo problema.

A **heurística da consciência** pode ser uma variante das heurísticas de endosso e reputação porque parte-se do princípio de que se acredita nas coisas pelo fato de outras pessoas acreditarem nelas. Há ainda a ideia da **heurística de consenso**, em que as pessoas assumem que o consenso implica correção. De fato, o consenso e heurísticas de consistência são parentes próximos, exceto que, embora o consenso implique que muitas pessoas concordam em algo, a consistência apenas requer acordo com outra pessoa ou fonte independente.

A **heurística de autoconfirmação** está atrelada à tendência de que, para os sujeitos verem as informações como credíveis ou não, elas precisam confirmar ou contrariar suas crenças preexistentes, independentemente de quão bem argumentadas, devidamente pesquisadas, apropriadas, etc.

O **viés de confirmação** é uma tendência a perceber e colocar maior peso nas informações que apóiam as crenças, enquanto negligencia ou desvaloriza as informações que refutam essas crenças.

O **viés de crença** é a propensão a endossar uma conclusão quando ela é consistente com o que se acredita ser verdade, mesmo que a conclusão não seja baseada na lógica do som. No que diz respeito ao processamento de informações *on-line*, vários estudos mostram que os usuários da internet tendem a selecionar o conteúdo que é consistente com suas atitudes e opiniões e que as pessoas tendem a avaliar informações consistentemente atitudinais mais favoravelmente do que informações inconsistentes.

As pessoas tendem a evitar informações contrárias às suas crenças existentes e, de outra forma, empregam filtros para ajudá-las a determinar a credibilidade das informações encontradas *on-line*, por exemplo, interrompendo as pesquisas quando as pessoas encontram informações que confirmam sua crença.

A heurística da **violação de expectativa** ocorre quando há presença de erros de digitação ou gramaticais e também *design* inadequado do *site*, aparência visual ou navegação, os quais resultam em forte credibilidade negativa. Ortografia, gramática, *layout* e *design* geral ruins também provavelmente diminuirão as avaliações de credibilidade.

Além disso, um tipo de “efeito halo” psicológico, que se refere à tendência de atribuir características favoráveis a pessoas ou objetos atraentes, também pode estar em jogo aqui. Nesse caso, as pessoas esperam que fontes confiáveis apresentem informações profissionalmente, como reflexo de sua experiência e atenção aos detalhes (ou seja, a

quantidade de esforço investido na produção da informação). Quando as informações baseadas na *web* estão em conformidade com essas expectativas, os usuários tendem a conceder credibilidade ou pelo menos estão dispostos a dar o benefício da dúvida. Quando um *site* não está em conformidade com as expectativas de aparência ou funcionalidade, no entanto, os usuários costumam julgá-lo severamente e tendem a descartá-lo.

A **heurística de intenção persuasiva** é a tendência de sentir que informações que podem ser tendenciosas não são credíveis. A presença de publicidade leva as pessoas a pensarem que estão sendo manipuladas, o que parece provocar uma defesa imediata, mecanismo que as leva a desconfiarem das informações sem mais escrutínio. Isso é semelhante à pesquisa em influência social, que geralmente descobre que a persuasão é resistida e/ou reduzida quando os alvos são conscientizados da persuasão de uma fonte, provavelmente porque as pessoas acreditam que a fonte pode ser tendenciosa e, portanto, não credível.

A heurística com intenção persuasiva parece ter relação com o campo afetivo, resultante dos medos das pessoas. Consequentemente, os usuários tentam detectar motivos ocultos que possam estar subjacentes às informações encontradas *on-line*. Em muitos casos, as pessoas observam que essa é uma dica primária que elas usam para determinar a credibilidade, geralmente usando-a como uma heurística.

Em suma, as heurísticas discutidas aqui demonstraram ser fatores convincentes na avaliação da credibilidade das pessoas e processos. E, como observado anteriormente, várias das heurísticas identificadas podem derivar de **princípios de raciocínio e intuição**. Esta lista de heurísticas, no entanto, não é de forma alguma exaustiva.

O caminho correspondente de pesquisa, portanto, deve se concentrar na questão de saber se e em que circunstâncias o uso de heurísticas leva a decisões de credibilidade boas ou ruins e se algumas heurísticas de credibilidade (por exemplo, consistência ou reputação) levam a melhores resultados de decisão do que outras (por exemplo, autoconfirmação).

De qualquer forma, entender as motivações dos usuários para processar informações usando mais ou menos esforço cognitivo é um importante primeiro passo para entender com que frequência e quando heurísticas específicas podem ser invocadas durante a avaliação da credibilidade. Gigerenzer e Todd (1999) citam o Modelo Heurístico-Sistemático (HSM) de Chaiken, que propõe três motivos amplos para o processamento de informações que podem impactar o uso de estratégias heurísticas e sistemáticas: precisão, defesa e gerenciamento de impressões. Aplicados à avaliação da credibilidade e por meio de previsões específicas, é possível que os buscadores de informações motivados pela defesa tenham maior



probabilidade de usar a heurística de autoconfirmação na avaliação da credibilidade devido à sua propensão ao aprimoramento do ego, enquanto usuários motivados pelo gerenciamento de impressões podem empregar mais rapidamente endossos ou heurísticas de esforços para reduzir as consequências interpessoais negativas de fazer um julgamento de credibilidade diferente dos seus pares. Por outro lado, usuários motivados pela precisão podem usar com mais frequência a heurística de consistência para aumentar a confiança de que as informações que obtêm não são anômalas e, portanto, credíveis.

Semelhante a essa noção, a motivação também pode, em certa medida, ser uma qualidade intrínseca dos buscadores de informações individuais. Por exemplo, as pessoas podem variar em seus estilos cognitivos, como necessidade de cognição, estilo de tomada de decisão e experiência.

Heurísticas estão na mente das pessoas. Por exemplo, **a heurística de endosso social** pode ser mais acessível para usuários da internet com maior experiência no uso de mídias sociais ou usuários que se dedicam à criação de conteúdo gerado por usuários mais extensivamente do que para usuários com menos emprego dessas experiências, porque eles podem estar mais familiarizados ou confortáveis com o uso de informações sociais agregadas e, assim, confiar mais nelas. Da mesma forma, usuários mais antigos da internet podem ter mais dicas em relação à autoridade cognitivamente acessível com base em sua maior experiência de vida e, portanto, os adultos podem contar com a heurística de reputação ao fazer julgamentos de credibilidade com mais frequência do que as crianças. Finalmente, a heurística da consistência pode ser mais facilmente acessível para usuários que receberam algum tipo de treinamento, por isso a alfabetização midiática é relevante.

Vários problemas e ameaças para indivíduos e sociedade em torno do consumo de informações *on-line* têm sido debatidos recentemente. Em vista de eventos como a negação pública da pesquisa sobre mudança climática por políticos, os efeitos da desinformação são discutidos.

Contudo, desinformação não deve ser confundida com má informação. As últimas são informações incorretas, possivelmente dadas por acidente, mas não criadas com a intenção de causar danos, enquanto a desinformação significa informações intencionalmente falsas, que são frequentemente usadas para determinados fins. A alfabetização de informações dos usuários da internet, portanto, ajuda as pessoas a evitar enganos, manipulação e desinformação no ambiente de mídia contemporâneo, uma circunstância que se torna cada vez mais crítica à medida que as pessoas recorrem cada vez mais a fontes *on-line* para informações usadas para orientar suas decisões.

Atualmente, o usuário de internet é um potencial produtor e disseminador de conteúdo. Para isso, não precisa de muitos investimentos em aparelhos e em produção sofisticada. Com um comando de publicar, pode ter a sua mensagem acessada em qualquer lugar do planeta. Essa revolução na comunicação trouxe uma sensação de democratização de acesso, produção e divulgação de informação, apesar de críticos como Morozov (2018) asseverarem que, no final das contas, o monopólio é de poucos grupos do Vale do Silício.

Vivemos num momento que Morozov (2018, p. 120) chama de “catástrofe informacional”: “Para os espões americanos, o Big Data é como o crack: bastam poucas doses para que se esqueça a tentativa de retomar o bom caminho e abandonar o vício”. O universo dos dados desafia legislações criadas pelo mundo para tentar regulamentar empresas americanas. “Essa é uma visão bastante limitada e ingênua, que reduz o problema filosófico gigantesco – o futuro da privacidade – às dimensões aparentemente manejáveis das normas relativas à proteção de dados” (MOROZOV, 2018, p. 126).

Se a verdade factual vive uma crise nas sociedades contemporâneas, existe o consenso de que os relatos fraudulentos e notícias enganosas desagregaram sociedades democráticas no início do século XXI. Define essa verdade factual com a verdade dos fatos, que descreve o plano material, erigindo-se apoiada exclusivamente em acontecimentos, com a função de iluminar fatos ocultos e fazer relação entre uns e outros.

E qual a diferença entre dados e informações? Bucci (2019a) esclarece: a informação deve levar à compreensão, reduzir a incerteza e gerar sentido. Redes e motores de busca, como o Google, fortaleceram a pós-verdade ao conseguirem arrebatar as massas num grau nunca atingido pelos meios convencionais. Analisa dois motivos para isso: que ocorre pela velocidade, alcance, eficácia e escala, além de acrescentar o fator econômico.

**Notícias fraudulentas dão lucro.** Dentro do ambiente virtual do Google e do Facebook, a fraude compensa. Quanto maior o número de clicks, mais o autor fatura. E, como a mentira é fácil de produzir (é barata) e desperta o furor das audiências, um dos melhores negócios da atualidade é noticiar acontecimentos que nunca aconteceram de verdade. **As redes sociais acrescentam à paisagem globalitária um pacote inédito de perversidades.** (BUCCI, 2019a, p. 701, grifo nosso).

Nesse contexto, Sunstein (2018) acrescenta: as mídias sociais são boas ou ruins para a democracia? De início, já conclui que são ótimas para contribuir para o acesso e a difusão de informação, mas alerta para o risco de polarização. “Elas ainda são uma obra em curso, não apenas por causa dos mais novos participantes, mas também porque aqueles que já não são tão novos assim (incluindo o Facebook) continuam a evoluir” (SUNSTEIN, 2018,

s.p.). Acaba por concluir que, na melhor das hipóteses, podem ser consideradas um problema e, na pior das hipóteses, são perigosas.

Sunstein (2018) compara a gravidade das *fake news* e das bolhas de informação com acidentes de carro e acrescenta que elas ainda contribuem para o aumento não só da fragmentação, como também da polarização e do extremismo. “Se você vive em uma bolha de informações, você acreditará em muitas coisas que não são verdadeiras e não será capaz de se informar sobre outras inúmeras coisas que o são. Isso é terrível para a democracia” (SUNSTEIN, 2018, s.p.). Alerta, então, para o fenômeno da polarização, da união de pessoas concebendo a realidade da mesma maneira. No campo das redes sociais, a situação fica ainda mais séria quando se pensa nas experiências de personalização que minam o que Sunstein (2018, s.p.) considera três princípios para o ambiente de comunicações em um sistema que corteja a democracia:

Primeiramente, os cidadãos deveriam ser expostos a materiais que não tenham escolhido antecipadamente. O acaso é algo bom. Encontros não planejados e imprevistos são centrais para a própria democracia. Tais encontros frequentemente envolvem tópicos e pontos de vista que as pessoas não buscaram e talvez achem bastante irritantes – mas que podem mudar suas vidas de maneiras fundamentais. Eles são importantes, em parte, para garantir que não haja fragmentação, polarização e extremismo, que são resultados previsíveis de qualquer situação em que pessoas que pensam da mesma maneira só conversam entre si.

Segue, então, a tratar sobre a importância da partilha de experiências: “Sem experiências compartilhadas, uma sociedade heterogênea terá muito mais dificuldade em abordar problemas sociais. As pessoas podem acabar se percebendo como estranhas, estrangeiras e até mesmo inimigas” (SUNSTEIN, 2018, s.p.).

Por último, destaca a importância de o cidadão saber separar a verdade da falsidade e detectar exatamente quando está sendo manipulado. O autor até considera justo que haja discordância sobre o conteúdo da verdade: “Mas se as pessoas estão conscientemente espalhando mentiras, e se nações estão tentando atrapalhar outras nações, algum processo precisa ser instalado para permitir que os cidadãos tenham acesso à verdade” (SUNSTEIN, 2018, s.p.).

As bolhas parecem funcionar como câmaras de eco, mas as redes ainda dependem de fatores como as escolhas individuais. O jurista sugere, então, uma perspectiva otimista, analisando a possibilidade de as plataformas oferecerem proteção em situações nas quais democráticos sejam interrompidos de forma intencional e mentiras prejudiciais sejam espalhadas, podendo, inclusive, contribuir para que as pessoas descubram a verdade.

Como sugestão, Sunstein (2018, s.p.) apresenta: “Poderiam continuar a se concentrar na redução da personalização e focarem mais a produção de informação para as pessoas, expandindo seus horizontes e potencialmente neutralizando a polarização”. O autor prevê que, inevitavelmente, muitos experimentos ainda podem contribuir, inclusive para que uma democracia funcione melhor. “Ninguém pode prever o que está no horizonte. Isso é uma excelente notícia – e tem a vantagem de ser a verdade” (SUNSTEIN, 2018, s.p.).

Esse universo digital também é objeto de análise de Quintarelli (2019), para quem muitas das questões discutidas aqui foram aceleradas pelo desenvolvimento no campo da telefonia móvel, no aumento da capacidade de processamento de servidores, na capacidade de transmissão de redes e na capacidade de processamento de computadores de bolso. Para além da questão técnica, houve o auxílio humano para a difusão de informações.

Se antes o mundo oferecia apenas o modelo *broadcast*, no qual a informação partia de um ponto em direção a vários, no modelo *netcast*, todavia, o fluxo passa a ser de vários para vários. Acontece uma personalização do fluxo informativo. Bucci (2019a) reforça que as tecnologias colaboraram para a democratização do uso e o consumo das mídias. A partir das várias plataformas, qualquer pessoa pode disseminar qualquer tipo de conteúdo. “A internet se tornou um ingrediente onipresente em nossas vidas, interação e conexão passaram a assumir o papel principal em todas as cenas” (BUCCI, 2019a, p. 48). Mas essa facilidade tem um alto custo em paradoxos e contradições que desafiam diversas áreas do conhecimento.

Quinterelli (2019) acredita que essa personalização, atrelada aos incentivos dos administradores de algoritmos, amplia a troca de mensagens que confirmam convicções e preconceitos. Isso favorece o acesso a informações indesejadas, sejam elas carregadas ou não de verdade. O autor problematiza ainda a questão econômica por trás de tudo isso:

O custo marginal nulo da produção e distribuição da informação eliminou as barreiras econômicas que constituíam limite para sua criação e circulação; a redução nas barreiras potenciais que constituíam limites para a disseminação da informação multiplicou em ordens de magnitude o espalhamento de notícias falsas que alimentam bolhas de filtro. **A acessibilidade da informação de cada assunto, até mesmo tópicos especializados, anteriormente limitadas aos participantes das comunidades respectivas, é agora onipresente a custo zero, alimentando a percepção de extrema redução da distância entre especialistas, entusiastas e leitores casuais.** (QUINTARELLI, 2019, p. 3, grifo nosso).

Além disso, essa atmosfera digital sugere uma espécie de achatamento de hierarquias capaz de fomentar a trivialização da experiência. Este é um efeito difundido num grau altíssimo pelos algoritmos que intermedeiam a informação. “O mais preocupante é que a

função objetiva se trata de correção da informação, [...] mas a maximização do tempo gasto por usuários em seus serviços *online*” (QUINTARELLI, 2019, p. 4).

E tudo isso acaba por produzir um efeito político, uma vez que as interações acabam sendo orientadas. Os efeitos eleitorais ainda são pouco conhecidos, apesar de, conforme alerta Quintarelli (2019), o Facebook conduzir experimentos sociais que demonstraram seu poder de influenciar a taxa de participação no voto, como foi o caso da Cambridge Analítica. O autor lembra da carta escrita por Mark Zuckerberg, criador do Facebook, endereçada ao Parlamento Europeu, na qual afirma: “[...] não poder excluir a possibilidade da rede social ser usada de modo a produzir efeitos manipulativos nos votos” (QUINTARELLI, 2019, p. 75).

Ao analisar a ascensão dos dados e a morte da política, Morozov (2018) classifica os debates digitais como vazios e inócuos, pois os debates são conduzidos no intuito de favorecer as empresas de tecnologia. Nesse universo, a informação se transforma em mercadoria. Quando se diz que uma lei vai “quebrar a internet”, ele considera que é uma maneira de proteger empresas que, para usar uma expressão de Quintarelli (2019), fazem parte do “feudalismo digital”.

Morozov (2018) critica o que considera a epistemologia do Vale do Silício, local que abriga a sede das mais importantes redes sociais do mundo. É problemática porque distorce a visão de mundo por meio do modelo de negócio. “Diante de todos os problemas, o Vale do Silício sabe reagir apenas de duas maneiras: produzindo mais computação (ou códigos de programas) ou processando mais informações (ou dados)” (MOROZOV, 2018, p. 19). Ressalta ainda que, “[...] embora ‘mais computação’ ou ‘mais informação’ possam ser soluções para determinados problemas, não são necessariamente respostas mais eficazes para problemas públicos complexos e difíceis, decorrentes de causas institucionais mais profundas” (MOROZOV, 2018, p. 39).

Assim, torna-se necessário trazer de volta o debate digital no campo da política e da economia. É preciso entender como as ferramentas viabilizam e ampliam, ou não, sistemas sociais, políticos e econômicos. Morozov (2018, p. 49) destaca o que chama de “conto de fadas do empoderamento do usuário”. Ante o fato de o Estado do bem-estar social não ter conseguido cumprir promessas, “[...] o Vale do Silício nos propõe uma nova rede social: ainda que sejamos forçados a vender nossos carros e pagar nossas hipotecas, jamais perderemos acesso ao Spotify ou ao Google. Ainda é possível morrer por falta de comida, mas não por falta de conteúdo” (MOROZOV, 2018, p. 10).

O problema maior está no fato de o cidadão não estar plenamente consciente dessas questões. Com relação aos dados, por exemplo, os cidadãos entregam as suas informações para as empresas de rede social em troca de serviços gratuitos e têm seus dados utilizados de maneira pouco transparente e muito menos desejável por essas empresas, as quais depois transformam os dados desses indivíduos em instrumentos de dominação. A partir daí, o mercado ilegal de informação converte-se em bem privado dissimuladamente dentro de uma demandada liberdade:

Em vez de respeitarem uma legislação precisa e rigorosa, que explicita direitos e obrigações dos provedores de serviço – um dos pilares do Estado regulador moderno – os operadores de plataforma recorrem ao conhecimento amplamente distribuído dos participantes do serviço, contando que o próprio mercado penalize quem se comporta mal. (MOROZOV, 2018, p. 3).

Quintarelli (2019) considera que o mundo imaterial, atrelado ao universo digital, promove mudanças até no significado das palavras, por isso a necessidade de uma capacidade para fazer uma leitura sobre os sinais tênues e até uma dose de *expertise* para entender as dinâmicas. O autor destaca a singularidade tecnológica, o momento em que as máquinas supostamente passariam a raciocinar como seres humanos. “Desse ponto em diante, tudo o que ocorresse seria determinado por uma superinteligência – e poderia ser impossível para nós, humanos, compreender essa nova realidade” (QUINTARELLI, 2019, p. 72).

Acredita-se que esse momento acontecerá em 2045, antes do 2050 de George Orwell. Não se chegará a esse ponto de futurismo nesta tese, mas é importante ter acesso a essas questões para se entender como essa é uma questão dinâmica, contraditória e complexa. Ressalte-se ainda a questão ética dos algoritmos ocultos nas atividades sociais e econômicas, com padrões aplicados, como alerta Quintarelli (2019, p. 119), de “modo questionável ou mal supervisionados”:

Os algoritmos dos novos serviços costumam substituir essas normas de um modo mais eficiente, mas menos transparente, determinado exclusivamente pela empresa e sem a possibilidade de recurso. A situação ficará ainda mais complicada quando os processos computacionais não forem mais baseados em algoritmos. Em breve, os computadores podem deixar de seguir mecanismos conhecidos e modelos replicáveis, nos quais as condições de entrada produzem os mesmos resultados de saída.

Diante de um cenário cada vez mais comandado pela inteligência artificial, novos critérios serão definidos, contexto em que ficaria ainda mais difícil definir de quem será a responsabilidade diante da ação de uma máquina. “No entanto, o futuro aponta para a

responsabilização dos intermediários, dados os efeitos das atividades que eles desempenham na sociedade” (QUINTARELLI, 2019, p. 119).

As novas tecnologias não apenas facilitam como deixam mais rápidas as comunicações entre as pessoas. Vosoughi, Roy e Aral (2018) mostram que meios digitais são eminentes propulsores de *fake news*, o que acaba por intensificar o compartilhamento em grande massa e a cascata de informações imprecisas ou enganosas.

Branco (2017) divide as plataformas que compartilham *fake news* em quatro categorias. A primeira o faz intencionalmente, buscando enganar por meio de manchetes tendenciosas. A segunda reúne os *sites* que chama de “[...] reputação razoável que compartilham boatos em larga escala sem verificar corretamente os fatos” (BRANCO, 2017, p. 35). Há ainda os que relatam fatos reais, de maneira tendenciosa, e manipulam a informação. Por fim, aqueles que produzem com situações hipotéticas utilizando o humor.

Mas o que justifica tanta mentira? D’Ancona (2018, p. 23) refere-se a um fracasso institucional que erodiu a primazia da verdade, criando um espaço para a indústria multibilionária da desinformação e da propaganda enganosa: “O truque é proporcionar entretenimento destrutivo como distração da ciência laboriosa”. Na bolha digital, opiniões tendem a ser reforçadas, enquanto as mentiras seguem incontestadas, assim “[...] nunca houve um modo mais rápido e poderoso de espalhar uma mentira do que postá-la *online*” (D’ANCONA, 2018, p. 23).

Foi, então, que campanhas de desinformação criaram ambiente para a pós-verdade, no intuito de despertar dúvida, no lugar de triunfar no tribunal da opinião pública. “Com as instituições que tradicionalmente atuam como árbitros sociais foram sendo cada vez mais desacreditadas, os grupos de pressão bem financiados estimularam o público a questionar a existência da verdade conclusivamente confiável” (D’ANCONA, 2018, p. 23).

D’Ancona (2018) parte da premissa de que há uma indústria milionária da desinformação, da propaganda enganosa e da falsa ciência. Ao entender que se vive em uma era de fragilidade institucional, compreende a necessidade das sociedades bem-sucedidas em preservar honestidade para defender a lei, manter a ordem e gerar prosperidade. E acrescenta:

Da mesma forma que a pós-verdade não é outro nome para a mentira, essa indústria nada tem a ver com as ações de lobby e as relações corporativas legítimas. Empresas, instituições beneficentes, grupos que fazem campanhas e figuras públicas têm todo direito de buscar representação profissional no labirinto governamental e midiático. Tudo isso é parte da luta de foice associada à formulação de políticas, consultas e publicidade, e não é estrutura cívica saudável. (D’ANCONA, 2018, p. 46).

A internet criou um ambiente propício para a difusão sistemática de mentiras, por meio de organizações de fachada, a favor de interesses de determinados grupos. Há os que questionam consensos científicos não para lançar luz sobre determinados temas, mas para confundir e estabelecer falsas equivalências. As distorções acabaram por trazer as mais variadas desinformações, seja no campo da política e até mesmo da saúde pública. Em diversos países, a difusão da informação de que vacinas trariam efeitos negativos para a saúde das crianças fez com que doenças consideradas controladas, como o sarampo, voltassem a assolar a população<sup>18</sup>. Houve casos de assassinatos também a partir de divulgação de informações fraudulentas em rede social<sup>19</sup>.

O novo modelo permite um fluxo inigualável de comunicação entre várias pessoas, com os mais variados formatos. “O tecido conjuntivo da *web* é um dos maiores feitos da história da inovação humana. A única coisa mais notável do que o impacto dessa tecnologia é a velocidade com que chegamos a admitir isso como natural” (D’ANCONA, 2018, p. 50). Não demorou para que o campo digital se transformasse num “[...] espelho da humanidade” e fosse ocupado pelo “[...] pior dos instintos humanos, funcionando como universidade para terroristas e refúgio para trapaceiros” (D’ANCONA, 2018, p. 52). Foi assim que a informação se tornou a *commodity* mais valiosa do mundo. Afinal, é inédito na história humana um meio mais poderoso, de alcance global, com uma rapidez para propagar mentiras produzidas por técnicas de manipulação, com vazamentos orquestrados e bem distribuídos. “Se a política é guerra por outros meios, o mesmo ocorre em relação à informação” (D’ANCONA, 2018, p. 51).

No cenário de crise institucional, com informações difundidas no campo inaudito, “[...] a *web* é o vetor definitivo da pós-verdade, exatamente porque é indiferente à mentira, à honestidade e à indiferença entre os dois” (D’ANCONA, 2018, p. 55). Se o ativo contemporâneo é o dado e a atenção, não importa se é verdadeiro, mas se repercute.

Mas, então, o que define a pós-verdade? É tornar a realidade como coextensão do entretenimento, não importando se a informação é obtida por meio de avaliação racional e conclusiva. A realidade é, então, escolhida como uma peça de roupa. “Se a tecnologia digital é *hardware*, a pós-verdade provou ser um *software* poderoso. Ela produz discurso político a

<sup>18</sup> O Ministério da Saúde chegou a criar uma plataforma sobre *fake news* pelo fato de muitas informações fraudulentas serem compartilhadas que prejudicam políticas públicas de saúde.

<sup>19</sup> “A dona de casa, Fabiane Maria de Jesus, de 33 anos, morreu na manhã desta segunda-feira (5), dois dias após ter sido espancada por dezenas de moradores de Guarujá, no litoral de São Paulo. Segundo a família, ela foi agredida a partir de um boato gerado por uma página em uma rede social que afirmava que a dona de casa sequestrava crianças para utilizá-las em rituais de magia negra” (ROSSI, 2014, s.p.).



um *videogame*, em que o jogo interminável, em múltiplos níveis, é o único ponto de exercício” (D’ANCONA, 2018, p. 58).

Num artigo intitulado “A arte de mentir”, o jornal *The Economist* (2016, s.p., tradução nossa) ressalta que “O termo identifica o que é novo: que a verdade não é falsificada ou contestada, mas de importância secundária, uma vez que o propósito da mentira política era criar uma visão falsa do mundo”<sup>20</sup>. Destaca que historicamente ditadores e democratas que buscaram desviar a culpa por sua própria incompetência sempre manipularam a verdade e que perdedores feridos sempre acusaram o outro monte de mentir. O artigo acrescenta que:

A fragmentação das fontes de notícias criou um mundo atomizado no qual mentiras, boatos e fofocas se espalham com velocidade alarmante. Mentiras amplamente compartilhadas *on-line* dentro de uma rede, cujos membros confiam uns nos outros mais do que em qualquer fonte de mídia convencional, podem rapidamente assumir a aparência de verdade. Apresentadas com evidências que contradizem uma crença fortemente defendida, as pessoas têm a tendência de abandonar os fatos primeiro. As práticas jornalísticas bem-intencionadas também são culpadas. A busca de “justiça” nos relatórios muitas vezes cria um equilíbrio falso em detrimento da verdade.<sup>21</sup> (THE ECONOMIST, 2016, s.p., tradução nossa).

A navegação frenética pelo espaço virtual acaba por provocar a compulsão pelo clique, como alerta Di Franco (2018). O autor ressalta como esse compartilhamento sem racionalidade acaba por confundir e enganar. Por isso, deve-se compartilhar conteúdo editado com qualidade não apenas técnica, mas ética. E acrescenta: “O antídoto não é o Estado. É a poderosa força persuasiva do conteúdo qualificado. É preciso apostar na qualidade da informação” (DI FRANCO, 2018, s.p.). A partir daí, questiona-se: de que forma lidar com a informação nesse mutante ecossistema informacional? Esse é o assunto da próxima subseção.

### 3.5 O direito à informação e a democracia

No ambiente digital, o espírito democrático ganhou formas plurívocas de se manifestar. Desde o final dos anos 1990, a gramática das redes digitais mudou a dinâmica social e até mesmo a forma como se configura o cenário da democracia. Nos últimos anos, a utilização da internet para influenciar decisões e mecanismos de gestão pública fez surgir o

<sup>20</sup> No original: “*The term picks out the heart of what is new: that truth is not falsified, or contested, but of secondary importance. Once, the purpose of political lying was to create a false view of the world*”.

<sup>21</sup> No original: “*The fragmentation of news sources has created an atomised world in which lies, rumour and gossip spread with alarming speed. Lies that are widely shared online within a network, whose members trust each other more than they trust any mainstream-media source, can quickly take on the appearance of truth. Presented with evidence that contradicts a belief that is dearly held, people have a tendency to ditch the facts first. Well-intentioned journalistic practices bear blame too. The pursuit of ‘fairness’ in reporting often creates phoney balance at the expense of truth*”.

termo “e-democracia”, resultado de crença sobre a capacidade das plataformas digitais de darem mais espaço não só para diferentes formas de manifestação diante das questões democráticas, como as jornadas de junho<sup>22</sup>, como também para o acesso à população para os meandros do poder.

A informação está completamente imbricada no processo democrático. Aqui é importante fazer o contraponto entre a liberdade de informação e o direito à informação. A informação está atrelada ao desvendar dos fatos ou dos acontecimentos. O direito à informação inclui o direito de informar e ser informado. O acesso à informação configurou-se inclusive na Lei de Acesso à Informação, que obriga a administração pública a ser transparente. O sigilo deve ser exceção. A própria Constituição Federal ampara esse direito, resguardando apenas o sigilo da fonte diante da necessidade do exercício profissional.

A informação é fundamental em todos os níveis da democracia não apenas para o emissor, mas para o seu destinatário (MENDEL, 2009). Também é essencial para as decisões políticas do cidadão, que deve ser “[...] amplamente informado, mas também deve poder conhecer as opiniões que outros formaram e ponderá-las em si” (SCHWABE, 2005, p. 493). Fiss (2005) entende a democracia como um fenômeno além da escolha pública exercida por meio de informação integral e mediante condições adequadas para provocar reflexões relevantes.

Sunstein (2019) afilia-se à ideia de que, a quanto mais informações balanceadas e corretas as pessoas tiverem acesso, maior a possibilidade de escolha, mesmo que esta tenda a ser obstruída pelas emoções que permeiam o seu processamento. “Pode ser muito difícil mudar o que as pessoas pensam, mesmo que se apresentem os fatos” (SUNSTEIN, 2019, p. 12).

Há uma relação paradoxal entre a liberdade de expressão e democracia. Ao passo que a liberdade de expressão aumenta a capacidade de fomentar autonomia política e que a democracia requer que as pessoas digam o que pensam, mesmo seja falso, a disseminação de boatos falsos mitiga a democracia, porque estimula a perda de confiança inclusive no governo ou nos impede de pensarmos da melhor maneira como cidadãos.

---

<sup>22</sup> “[...] podem ser entendidas como um ciclo de protestos que se espalharam pelo Brasil em meados de 2013, embora não seja possível associar as Jornadas a um único protesto, pauta ou ator. As Jornadas reuniram diversas questões, tanto demandas de direitos sociais quanto críticas ao sistema político. Parte dos manifestantes foi inclusive hostil à presença de partidos e de seus militantes [...]. Ainda que os protestos não tenham se limitado a 2013, esse texto se concentra naquele período, pois foi ele o referenciado por membros de coletivos como o momento em que lhes foi oferecida a oportunidade de conhecerem organizações do tipo ‘coletivos’.” (PEREZ, 2019, p. 578).

Qualquer iniciativa de se regular pode causar um efeito inibitório, que pode trazer efeitos positivos e negativos. A punição para quem espalha falsidade pode inibir a verdade, mas também pode resultar numa salvaguarda para que as pessoas pensem duas vezes antes de espalhar falsidades nocivas. Porém, o medo pode inibir debates públicos importantes sobre costumes e sobre questões democráticas, por exemplo: “É sensato esperar que as normas sociais e até mesmo a lei os inibam de algum modo [...]. Precisamos encontrar maneiras de desencorajar os efeitos nocivos dos boatos falsos” (SUNSTEIN, 2019, p. 16).

Diante dos impactos no processo democrático, muitos foram os olhares internacionais e nacionais na tentativa de entender e pensar saídas para o fenômeno, inclusive no campo das regulamentações.

### ***3.5.1 As tentativas de regulação no Brasil e no mundo***

Dentro da ordem internacional de informação e comunicação, as liberdades comunicativas ganham cada vez mais relevâncias (MACHADO, 2002). Em 2017, representantes da Organização das Nações Unidas (ONU), da Organização para Segurança e Cooperação da Europa (OSCE), da Organização dos Estados Americanos (OEA) e da Comissão Africana de Direitos Humanos e dos Povos (ACPR) assinaram uma declaração conjunta sobre “Liberdade de Expressão e Notícias Falsas, Desinformação e Propaganda” (OEA, 2017).

As organizações admitem que existem os riscos envolvidos com a desinformação e com a propaganda, que têm o objetivo de confundir a população e interferir no direito público de saber e no direito à informação. Enfatizam sua capacidade de prejudicar reputação, afetar privacidade e instigar violência e discriminação. Entendem que o direito humano de divulgar informações também inclui as que não são corretas e que protege ainda aquelas que possam causar consternação, ofensa ou perturbação; sabem do risco de que as proibições contra a desinformação podem violar padrões internacionais de direitos humanos. Destacam a importância do estímulo ao acesso ao maior número possível de ideias e fontes de informação e o dever dos estados em promover ambiente favorável à liberdade de expressão, inclusive reconhecendo a importância da internet no acesso e difusão de desinformação, mas também igualmente respostas a elas.

A Declaração repudia iniciativa de governos em controlar a comunicação pública, de leis que estipulem conteúdos que não podem ser transmitidos e controle de tecnologias para privatizar medidas de controle. Assim, deliberam que os Estados só podem estabelecer

restrições ao direito de liberdade de expressão seguindo as restrições estipuladas em leis com interesse legítimo reconhecido pelo direito internacional. As restrições podem se justificar para proibir a defesa do ódio – incitar violência discriminação ou hostilidade.

Os intermediários não devem ser responsáveis por conteúdo de terceiros a menos que tenham intervindo no conteúdo ou se recusem a cumprir ordem emitida seguindo garantias do devido processo por órgão independente e imparcial. Cabe a estes a obrigação de tomar medidas para que os usuários possam compreender políticas e práticas, fornecer condições de o usuário fazer questionamentos e tomar medidas necessárias, inclusive apoiando pesquisas e soluções tecnológicas para a desinformação. Prevê-se ainda que os jornalistas sejam livres para fazer coberturas cumprindo papel de policiamento da sociedade, especialmente em períodos eleitorais.

Demanda-se a proteção para pessoas que tenham redistribuído ou promovido conteúdos que não produziram nem modificaram. No caso de bloqueio de *sites*, endereços ou protocolos, só se justificará para proteger direito humano ou interesse público legítimo, respeitando garantias mínimas do devido processo. Reiteram que:

As leis de difamação criminal constituem restrições desproporcionais ao direito à liberdade de expressão e, como tal, devem ser revogadas. As normas de direito civil relativas ao estabelecimento de responsabilidade subsequente por declarações falsas e difamatórias só serão legítimas se os réus tiverem plena oportunidade de demonstrar a veracidade dessas declarações, e não fizerem tal demonstração, e se os réus também puderem fazer valer outras defesas, como comentários justos. (OEA, 2017, s.p.).

Essas restrições e deliberações buscam criar um ambiente capaz de colaborar para reduzir os danos da desinformação sem prejudicar o direito à liberdade de expressão. Os estados permanecem com a obrigação de promover ambiente de comunicação livre, independente e diversa, assegurar existência de meios sólidos e independentes para promover interesse público, fornecer subsídios para produção de conteúdos diversos e de qualidade, proibindo concentração de propriedade, e tomar medidas para promover alfabetização midiática.

### **3.5.2 A estratégia europeia**

A desinformação não privilegia fronteiras. Diversas foram as formas pensadas para lidar com o fenômeno. A diretora do serviço de instrumentos de política externa da Comissão Europeia, Hardeman (2019) comentou em evento promovido pelo Tribunal

Superior Eleitoral como rápida e segura a forma como a instituição tem atuado, demonstrando o diálogo contínuo para ampliar a conscientização em relação aos ataques, buscando maneiras de como evitá-los e elaborando respostas conjuntas:

Nunca devemos evitar lutar contra desinformação. Nós não podemos usar essa luta da desinformação para limitar o direito de liberdade e imprensa. As pessoas têm o direito de falar, como cidadãos, como participantes das sociedades democráticas. Nós temos o direito de nos expressar, mas não com desinformação. Ao contrário, temos que empoderar uma mídia livre como sendo um dos pilares na luta contra desinformação. (HARDEMAN, 2019, p. 20).

A Comunicação da Comissão do Parlamento Europeu (COMISSÃO EUROPEIA, 2018) produziu um documento em que reconhece como um desafio importante para o continente. Ressalta o fato de os meios de comunicação tradicionais já serem sujeitos às regras que incluem a imparcialidade, o pluralismo e a diversidade e que estimulam a existência de meios não apenas livres, mas também independentes. Porém, percebe como a desinformação é capaz de comprometer a capacidade das pessoas de tomarem decisões e acaba até mesmo enfraquecendo o direito à liberdade de expressão em sua complexidade, que inclui o pluralismo e a liberdade de opinião e de informação. Afeta ainda os processos de elaboração de políticas e formação da opinião pública, o que transformou informações fraudulentas numa das dez principais tendências das sociedades modernas já anunciadas pelo Fórum Econômico Mundial (2014), algo que ganhou dimensão ainda maior com o aumento do acesso de pessoas a esse tipo de informação. Mesmo assim, o documento recorda que a obrigação estatal é eximir-se de censurar e interferir num ambiente informacional. Assim, deve-se saber a diferença entre o nocivo e o ilegal no momento de se definir a real necessidade de remoção de conteúdo.

Destaca ainda o lugar das plataformas digitais na distribuição dos conteúdos, seja por meio das redes ou por motores de busca. Critica-se o nível de proteção prestado pelos utilizadores, tanto que, em 2015, o Conselho Europeu elaborou um plano de ação e solicitou análise para, inclusive, pensar num quadro jurídico e numa intervenção legislativa para reduzir essa circulação. Foi quando surgiu a Declaração Conjunta sobre Liberdade de Expressão e Notícias Falsas, Desinformação e Propaganda, já exposta aqui. Em 2018, a Comissão propôs um código de conduta de forma transfronteiriça, na tentativa de ter um resultado mais assegurado.

A desinformação é conceituada como uma informação enganadora ou comprovadamente falsa, produzida e divulgada com intuito de conseguir vantagens econômicas ou enganar o público, causando prejuízos, compreendendo, por exemplo,

ameaças a processos políticos democráticos, ambiente e segurança, variando de acordo com os níveis de educação, a cultura democrática e a confiança nas instituições. O documento preocupa-se em distinguir desinformação de sátiras, paródias, notícias ou comentários partidários.

Destacam-se algumas questões: analisa, inicialmente, o fenômeno como um sintoma do mundo contemporâneo, o qual ocorre no contexto que sofre constante mutação, que é o da comunicação social, e das tecnologias das redes sociais, em fases que compreendem a criação, a ampliação e a divulgação. Quando se fala sobre criação, ressalta-se que ela é poderosa e custam pouco, mesmo tendo resultados muito próximos à realidade, como as *deep fakes*, definidas por Bucci (2019b, p. 656) como: “[...] combinação de *fake news* com inteligência artificial”. Sobre a implementação, ressalta-se que acontece num sistema baseado em algoritmos, orientados para publicidade e facilitados pela tecnologia. Já a divulgação conta com o apoio de utilizadores, que contam com um amplo fluxo de conteúdos digitais.

Define, então, princípios e objetivos: transparência sobre a origem, produção, patrocínio, divulgação e direcionamento; diversidade, com o apoio de jornalismo de alta qualidade, literacia midiática, reequilíbrio entre criação e distribuição de informação; promoção da credibilidade da informação com indicadores de confiança; e busca de soluções inclusivas eficazes a longo prazo com a união de plataformas, anunciantes e autoridades públicas. Orienta rapidez e agilidade das plataformas para oferecer ambiente seguro e proteger os usuários da informação até mesmo por meio das diferentes opiniões políticas. Assim, a Comissão apoiou um código de conduta responsabilizando não apenas as plataformas, mas também a indústria de publicidade, que devem ser guiadas por objetivos específicos.

O primeiro é controlar os anúncios de maneira a reduzir as receitas dos agentes de desinformação, além de restringir opções de direcionamento de propaganda política. Os objetivos agregam ainda: garantir transparência em relação aos anúncios, incluindo identidade do patrocinador, valores e critérios de direcionamento, e em relação aos mecanismos de distribuição de conteúdo; não apenas intensificar, mas também demonstrar a eficácia nos bloqueios contas falsas; permitir e *publicizar* conteúdos avaliados a partir de critérios objetivos e aprovados por associações de comunicação social e reduzir a visibilidade de desinformação, dando privilégio de visibilidade aos confiáveis.

Sobre os robôs, determina que sejam estabelecidos sistemas de marcação e regras claras para evidenciar que suas atividades não sejam confundidas com humanas. Demanda ainda que se exponha a forma como os algoritmos funcionam e se forneçam dados da

plataforma para melhorar a compreensão do funcionamento dos algoritmos e os seus impactos na sociedade por meio de estudos acadêmicos e especializados, tudo pautado com respeito à liberdade de expressão e com o compromisso de uma internet aberta, segura e confiável.

O segundo campo é reforça a verificação de fatos do conhecimento coletivo e das capacidades de acompanhamento a partir de uma rede europeia independente de verificadores de fatos, com métodos unificados de trabalho para fazer intercâmbio de boas práticas. Nesse aspecto, determina que haja acompanhamento permante das técnicas e ferramentas de desinformação; identificação e o mapeamento desses mecanismos; o desenvolvimento de indicadores justos e também objetivos sobre as fontes, além da a partilha de conhecimentos para sensibilizar o público sobre a desinformação. O documento recupera os princípios da Rede Internacional de Verificação de Fatos<sup>23</sup>.

A responsabilização também ganha destaque no documento. Uma vez identificada a fonte, ela deve responder pelo que cometeu. Essa investigação deve ocorrer dentro de critérios de identificação e autenticação confiáveis. Outros países europeus também regulamentaram critérios de combate à desinformação.

Na França<sup>24</sup>, foi aprovada uma lei de combate à desinformação para o período eleitoral, obrigando a criação de sistema de denúncia pelas plataformas e transparência sobre a utilização dos algoritmos, além de permitir aos políticos que determinem a remoção imediata das *fake news*. “A lei permite que os candidatos políticos ajuízem processos para

---

<sup>23</sup> A Rede Internacional de Verificação de Fatos tem como primeiro compromisso a não paridade e a justiça. “Nós verificamos as alegações usando o mesmo padrão para cada verificação de fatos. Não concentramos nossa verificação de fatos em nenhum dos lados. Seguimos o mesmo processo para cada verificação de fatos e deixamos que as evidências ditem nossas conclusões. Não defendemos ou assumimos posições políticas sobre as questões que verificamos”. O segundo relaciona-se com a transparência das fontes: “Queremos que nossos leitores sejam capazes de verificar nossas descobertas por conta própria. Fornecemos todas as fontes com detalhes suficientes para que os leitores possam replicar nosso trabalho, exceto nos casos em que a segurança pessoal de uma fonte possa ser comprometida. Nesses casos, fornecemos o máximo de detalhes possível. O terceiro reforça a necessidade da transparência e de financiamento e organização: “Somos transparentes quanto às nossas fontes de financiamento. Se aceitarmos financiamento de outras organizações, garantimos que os financiadores não tenham influência sobre as conclusões a que chegamos em nossos relatórios. Detalhamos o histórico profissional de todas as figuras-chave em nossa organização e explicamos nossa estrutura organizacional e *status* legal. Indicamos claramente uma forma de os leitores se comunicarem conosco”. O quarto está atrelado à transparência da metodologia: “Explicamos a metodologia que usamos para selecionar, pesquisar, escrever, editar, publicar e corrigir nossas checagens de fatos. Incentivamos os leitores a nos enviar declarações para verificação de fatos e sejam transparentes sobre por que e como fazemos a verificação”. O quinto refere-se à abertura e às correções: “Publicamos nossa política de correções e a seguimos escrupulosamente. Corrigimos de forma clara e transparente em linha com a nossa política de correções, procurando na medida do possível garantir que os leitores vejam a versão corrigida” (POYNTER, 2019, s.p., tradução nossa).

<sup>24</sup> Macedo Junior (2020, p. 360) lembra: “Emmanuel Macron foi o principal alvo da ‘indústria de fake news’, que disseminou boatos falsos acerca de sua orientação sexual. O ataque também envolveu o vazamento de e-mails fraudulentos que mostravam supostas evidências de atos criminais realizados pelo presidencial e sua campanha, incluindo evasão fiscal e fraude eleitoral”.

remover notícias e força as plataformas como o Facebook a divulgarem a fonte de financiamento das publicações nas redes sociais” (PARLAMENTO..., 2018, s.p.).

Um código de ética para plataformas possibilitando a remoção de conteúdos danosos a partir de denúncia de usuários foi a iniciativa do Parlamento Britânico em 2018. A orientação é resultado de um relatório que vai servir de base para um decreto-lei após consultas públicas (TOFFOLI, 2019).

A Alemanha aprovou, em 2017, a lei conhecida como NetzDG, que, mesmo não tratando diretamente sobre as *fake news*, e sim sobre discurso de ódio, se transformou num modelo paradigmático. Algumas críticas sobre a lei a consideram problemática diante do rigor das sanções, que dão às plataformas o prazo de 24 horas para retirada de conteúdo manifestadamente ilegal após reportado esse conteúdo por parte dos usuários. Além de apagar as informações, delibera multas, que podem chegar a 50 milhões de euros (HORBACH, 2019).

A Comissão Europeia (2018, s.p.) também apresentou preocupação sobre a segurança dos processos eleitorais e considera que uma das formas de combate é a promoção da educação mediática e da cidadania digital, além de apoiar o jornalismo de qualidade como elemento essencial da sociedade democrática: “O bom funcionamento de um ecossistema de informação livre e pluralista, baseado em elevadas normas profissionais, é indispensável para um debate democrático saudável”.

Além do documento estudado, em maio de 2016, a Comissão Europeia produziu um código de conduta junto com empresas como Facebook, Twitter, YouTube e Microsoft, em que se comprometiam a adotar procedimentos para examinar notificações sobre conteúdos ilícitos por meio de equipe especializada em até 24 horas e análise de avisos e sinalização de conteúdos ilícitos por peritos. Em 2018, Instagram e Google + foram incluídos (CUEVA, 2020).

### **3.5.3 O caminho americano**

Em 2018, a Assembleia Geral da Organização dos Estados Americanos recebeu propostas e reflexões para compor o “Guia para garantir liberdade de expressão frente à desinformação deliberada nos contextos eleitorais” (OEA, 2019). Um extrato desta tese, inclusive, foi enviado como colaboração, fato que consta no documento. No final de abril de 2019, foi realizada uma reunião com especialistas para desenhar o resultado final da publicação. O documento conceitua desinformação como a difusão massiva de informação



falsa com a intenção de enganar o público deliberadamente. Reconhece que o fenômeno se torna ainda mais preocupante no período eleitoral, tendo em vista a sua capacidade de afetar a legitimidade do processo.

O lastro histórico do sistema interamericano sustentou que a liberdade de expressão é caracterizada pela dimensão individual, uma vez que expressa os próprios pensamentos, ideias e informações, e pela coletiva, que consiste na capacidade das pessoas em procurar e receber informações, bem como conhecer pensamentos, ideias e informações para estarem bem informadas.

Ao passo que a internet potencializou a liberdade de expressão, também inaugurou novos dilemas diante da velocidade e do volume de informações, da multiplicidade de fonte e da capacidade de viralizar algum conteúdo. Isso reforçou o problema da desinformação, demandando a reafirmação de princípios, como a proteção do debate público, sem afetar liberdades fundamentais.

Alguns aspectos foram destacados pelos especialistas como fatores que colaboram para o fenômeno. O primeiro é a polarização, inclusive política, e o modelo de câmara de eco, que fazem com que os cidadãos se distanciem de pontos de vista diferentes, dificultando a capacidade informativa. O documento mostra que não há unanimidade entre estudos no campo da recepção (sobre os motivos que levam as pessoas a acreditarem) e os efeitos no campo eleitoral. Alguns estudos mostram que a desinformação tem efeito na agenda informativa e pode contribuir para a redução da confiança nas instituições democráticas.

O documento destaca a importância de diferenciar publicidade com fins comerciais, voltada para mercado de bens e serviços, com a eleitoral, que se funda num processo fundamental da democracia. Ante a sua importância, pode haver interesse legítimo em impor restrições proporcionais diante de posturas problemáticas. Essa preocupação com a proporcionalidade deve ser ressaltada porque a publicidade também está protegida pela liberdade de expressão.

A viralização não é considerada em si um problema, pelo contrário, uma vez que faz parte do próprio processo de descentralização da rede e da circulação de informação, mas, no que tange à desinformação, torna o fenômeno ainda mais complexo. As motivações de produção são variadas, como o interesse de Estados estrangeiros em incidir nos processos eleitorais de outros países, bem como os interesses econômicos ou políticos. O documento reconhece, portanto, que a propagação deliberada de informação fraudulenta empobrece o debate público e dificulta o exercício dos cidadãos de buscar informações de fontes diversas. E acrescenta:

Este documento reconhece a legítima preocupação dos estados, da sociedade civil e dos atores privados, assim como a importância de adotar medidas proporcionais para combater a desinformação, em conformidade com as obrigações internacionais em matéria de proteção dos direitos humanos, das liberdades fundamentais e do sistema democrático. (OEA, 2017, s.p.).

Na mudança paradigmática do fluxo informativo, reconhece-se a importância dos intermediários e das plataformas para facilitar o acesso à informação, oferecer infraestrutura necessária para a participação do debate público e disponibilizar plataformas onde se compartilham informações, ideias e conteúdos. São aspectos positivos, mas também se alerta para o fato de que as decisões realizadas pelas plataformas afetam o debate público, por isso muitas empresas estão revisando critérios para moderar conteúdos e procedimentos internos que utilizam para disponibilização do conteúdo.

Recorda-se que o artigo 13.2 da Convenção Americana de Direitos Humanos admite a responsabilização posterior para proteger a reputação e os direitos de ordem moral e de saúde pública. “Neste sentido a disseminação de desinformação deliberada poderia chegar a causar danos para a reputação de um candidato ou pessoa pública ou eventualmente a outros interesses mais difusos do processo democrático, como a confiança nas instituições”.

Assim, tanto a Comissão quanto a Corte Interamericana estabeleceram normas penais para a proteção da reputação, honra, vida privada de funcionários públicos ou pessoas que desejam ocupar cargos públicos. Por isso, recomenda que os Estados não devem estabelecer novos tipos penais para solucionar a difusão de desinformação. A introdução de tipos penais que poderiam ficar vagos ou ambíguos poderia abrir margem para a criminalização de expressão e estabelecer ferramenta com efeito inibitório por medo de se sofrer processo penal, o que causaria uma série de restrições ao contexto eleitoral.

No caso de difamação, o sistema interamericano propõe o direito de retificação ou de resposta como medida menos lesiva para a liberdade de expressão. No caso de danos mais graves, atribui a responsabilização civil. Reconhece-se que essa resposta tradicional pode ser insuficiente, porque existem razões que dificultam lidar com o problema, sendo uma delas o anonimato, que, inclusive, é protegido pela regulação de direitos humanos, por ser considerado uma parte vital para o debate democrático.

Sublinha-se ainda o fato de a capacidade da desinformação afetar o interesse da ordem pública democrática; pelo fato de ter uma escala global, as jurisdições acabam por serem limitadas, sendo ainda mais difícil identificar as pessoas que estão por trás da produção e disseminação dessas informações. Quando identificados, os processos judiciais acabam se

dando de forma lenta e podem não acontecer a tempo de proteger a integridade do processo eleitoral.

Mesmo diante dessas dificuldades, o documento reforça que não é recomendado determinar obrigações e controles para retirar *fake news* das plataformas, porque pode causar uma censura privada, tendo em vista que se pode estimular a censurar uma maior quantidade de conteúdo para evitar sanções econômicas. Os próprios estandartes sobre internet livre, aberta e inclusiva<sup>25</sup> da Comissão Interamericana de Direitos Humanos só preveem proibição de conteúdos abertamente ilícitos ou não resguardados pelo direito à liberdade de expressão, como propaganda de guerra, incitação à violência ou pornografia infantil.

Quando ocorrer, o caso deve ser julgado por autoridade judicial competente sob o juízo de proporcionalidade para evitar interferir em discursos legítimos que merecem proteção. O documento recupera as deliberações da Declaração Conjunta, já estudada, especialmente no ponto em que se fala sobre bloqueio de *sites*, porém faz uma análise dessa deliberação destacando que esse tipo de ação pode ser desproporcional.

A Declaração de Princípios sobre Liberdade de Expressão na Internet (OEA, 2011a) destaca o fato de que todas as pessoas devem ter igualdade de oportunidades para receber, divulgar e buscar informação sem qualquer meio ou motivo. Ao fazer a interpretação desse princípio, analisa-se que se deve agir para promover acesso universal à tecnologia a fim de dar cada vez mais acesso às informações e adotar medidas para a efetividade desse direito.

O texto da declaração considera que o direito fundamental se aplica tanto à internet como aos demais meios de comunicação; mesmo assim, as abordagens de regulação devem ser diferentes, atendendo às suas particularidades. Por isso, restrições só são aceitáveis diante dos padrões internacionais. Alerta que os sistemas de filtragem de conteúdo podem constituir censura prévia e delibera que os usuários recebam informações claras sobre a edição de informações.

Entender a determinação fática do ilícito é especialmente difícil, inclusive para deliberar o que é verdadeiro e falso diante das evidências disponíveis. Ainda assim, considera-

---

<sup>25</sup> “A Comissão Interamericana de Direitos Humanos considera que a internet tem um enorme potencial para ampliar o debate diante do seu acesso e dos custos de acesso. Por isso, pretende-se manter o ambiente digital descentralizado, aberto e neutro, de modo que qualquer regulação não apenas seja resultado de muito debate, como também seja capaz de potencializar a sua capacidade democratizante. Assim, delibera como princípios orientadores: o acesso, o pluralismo, a não discriminação e a privacidade. O acesso diz respeito à necessidade de oferecer infraestrutura para garantir conectividade. O pluralismo pretende maximizar o número e a diversidade de vozes no processo democrático. A não discriminação demanda obrigação dos estados em adotar medidas para reverter situações discriminatórias para que todos possam compartilhar conteúdo em igualdade de condições. Por fim, a privacidade prevê a proteção contra ingerências arbitrárias na vida privada e contra ofensas ilegais à honra ou reputação” (OEA, 2011b, s.p.).

se que deve haver respostas estatais ao fenômeno da desinformação sem afetar os sistemas informáticos e comunicacionais. Por isso, uma das formas de combate é potencializar a capacidade do cidadão para que ele mesmo faça essa distinção.

Por fim, faz sugestões para os diversos atores. Para o Poder Legislativo, aconselha evitar estabelecer marcos que responsabilizem intermediários por conteúdos produzidos por terceiros, evitando ferramentas de Direito Penal, como criação de novas figuras legais, nem penalizar quem reproduz informação de interesse público que se configure como falsa sem intenção de infringir um dano. Caberia apenas estabelecer restrições à liberdade de expressão conforme o artigo 13<sup>26</sup> da Convenção Americana sobre Direitos Humanos (OEA, 1969).

Prescreve ainda o fortalecimento de marcos legais de proteção a dados pessoais para que os cidadãos tenham o controle final da forma como seus dados são utilizados, contato com mecanismos de denúncia e controle para impedir usos abusivos. Inclui o fortalecimento dos processos judiciais de natureza civil, em matéria de processos eleitorais e publicidade eleitoral, que devem ser pautados por obrigações de transparência sobre gastos com campanhas digitais, fontes de dados e provedores de ferramentas digitais. O documento analisa que o novo cenário demanda revisões dos marcos legais, mas estes não devem ocorrer para restringir de forma indevida o direito à liberdade de expressão.

Com relação ao poder judicial, recomenda considerar o impacto sistêmico de suas decisões com o funcionamento da internet. Os juízes devem entender sobre as implicações de bloqueio ou filtro de acesso a conteúdo e fazer deliberações diante de uma lei clara e precisa para não ter efeito semelhante à censura. Deve-se deixar claro qual o dano causado pelo discurso e se foram oferecidas garantias adequadas ao devido processo. Cabe aos juízes entender sobre o caráter descentralizado da rede e sobre as consequências de ordens judiciais genéricas ou desproporcionais sem dar conta do funcionamento da rede.

---

<sup>26</sup> As deliberações do artigo 13 são: “1. Toda pessoa tem direito à liberdade de pensamento e de expressão. Esse direito compreende a liberdade de buscar, receber e difundir informações e ideias de toda natureza, sem consideração de fronteiras, verbalmente ou por escrito, ou em forma impressa ou artística, ou por qualquer outro processo de sua escolha. 2. O exercício do direito previsto no inciso precedente não pode estar sujeito à censura prévia, mas a responsabilidades ulteriores, que devem ser expressamente fixadas pela lei e ser necessárias para assegurar: a) o respeito aos direitos ou à reputação das demais pessoas; ou b) a proteção da segurança nacional, da ordem pública, ou da saúde ou da moral públicas. 3. Não se pode restringir o direito de expressão por vias ou meios indiretos, tais como abuso de controles oficiais ou particulares de papel de imprensa, de frequências radioelétricas ou de equipamentos e aparelhos usados na difusão da informação, nem por quaisquer outros meios destinados a obstar a comunicação e a circulação de ideias e opiniões. 4. A lei pode submeter os espetáculos públicos à censura prévia com o objetivo exclusivo de regular o acesso a eles para a proteção moral da infância e da adolescência sem prejuízo no disposto no inciso 2. 5. A lei deve proibir toda propaganda a favor da guerra, bem como toda apologia ao ódio nacional, racial ou religioso que constitui incitação à discriminação, à hostilidade, ao crime ou à violência” (OEA, 1969, s.p.).

Para o Poder Executivo, faz-se mister recordar a responsabilidade especial do exercício de sua liberdade de expressão e combate à desinformação; realizar ações positivas de educação, capacitação e conscientização sobre a desinformação, além da promoção do acesso à internet, inclusive para ter acesso às mais variadas fontes; resguardar o princípio da neutralidade da rede e proteger jornalistas e comunicadores sociais da violência.

Para as autoridades eleitorais, aconselha o fortalecimento das capacidades dos cidadãos em desarticular campanhas de desinformação em contextos eleitorais e evitar responsabilização de intermediários pela desinformação compartilhadas nas plataformas para evitar censura privada. Ante uma questão a ser julgada, recomenda a utilização de marcos legais existentes no lugar de promover novos marcos que atentem contra a liberdade de expressão. Delibera sobre o fortalecimento da instrução e capacitação sobre processos eleitorais e colaboração de autoridades públicas em matéria de proteção de dados, capacitação de funcionários públicos sobre os fenômenos de geração de instância de diálogos e cooperação com os muitos atores interessados, além de explorar o desenvolvimento de acordos de cooperação com plataformas e empresas intermediárias. Destaca que o Tribunal Superior Eleitoral brasileiro foi um dos primeiros a explorar essa prática na Região, o que será estudado no sexto capítulo desta tese.

Para as empresas, delibera sobre a transparência nos critérios de moderação e priorização de conteúdos das plataformas, a garantia de um processo devido na moderação de conteúdos, a propagação de ações de transparência sobre publicidade política, especialmente no período eleitoral, a colaboração com investigadores independentes e com autoridades eleitorais, o apoio ao jornalismo de qualidade, a revisão de algoritmos de recomendação de conteúdo e políticas de *bots* e automação, além do desenvolvimento de boas práticas de autorregulação, inclusive protegendo os dados pessoais.

Os partidos políticos devem evitar campanhas que priorizem informações falsas, dar transparência ao processo da campanha e proteger dados pessoais. O documento contempla ainda recomendações para empresas de telecomunicação<sup>27</sup>, meios de comunicação<sup>28</sup>, empresas que comercializam dados com fins publicitários<sup>29</sup>, verificadores<sup>30</sup> e academia<sup>31</sup>.

---

<sup>27</sup> Revisar acordo de zero *rating* para combater a desinformação, permitindo que os usuários com planos de dados mais baratos possam utilizar-se de forma gratuita do acesso a informações.

<sup>28</sup> Fortalecer o jornalismo de qualidade.

<sup>29</sup> Respeitar marcos legais existentes e participar sobre o debate sobre desinformação.

<sup>30</sup> Unificar definições de desinformação e fortalecer redes regionais.

<sup>31</sup> Expandir investigações empíricas sobre desinformação.

### 3.5.4 O percurso brasileiro

Mesmo ante a determinação do Sistema Interamericano, o Brasil sempre buscou uma regulamentação para lidar com a desinformação. Mesmo sem legislação específica, existem normas eleitorais e penais que podem ser utilizadas no combate à desinformação e serão estudadas no próximo capítulo. Estudos já mostraram que os vieses da legislação sempre trouxeram uma versão punitiva e problemas conceituais.

Os projetos propõem basicamente dois tipos de regras: criminalizam os usuários que difundem ou produzem notícias falsas; ou responsabilizam as plataformas digitais pelo conteúdo que circula em seu interior, sujeitando-as a multas na hipótese de não remoção de mensagens falsas ou prejudiciais, independente de decisão judicial. (TOFFOLI, 2019, p. 18).

Para Macedo Junior (2020, posição 522), estas iniciativas revelam como o Brasil não possui tradição forte de liberdade de expressão: “Por essa razão, não é surpreendente encontrar vários projetos de lei sobre as *fake news* que diretamente violam direitos de liberdade de expressão garantidos pela Constituição”.

Atualmente o PL 2630/2020, que pretende instituir a “Lei Brasileira de Liberdade, Responsabilidade e Transparência na Internet”, encontra-se mais avançado em discussão no Congresso Nacional. Neste momento, vamos apresentar o que o projeto traz e as considerações de instituições que trabalham com Direito digital alertam.

Segundo o texto original, a lei “[...] estabelece normas, diretrizes e mecanismos de transparência de redes sociais e de serviços de mensageria privada através da internet, para desestimular o seu abuso ou manipulação com potencial de dar causa a danos individuais ou coletivos” (BRASIL, 2020a, s.p.). A lei delibera três objetivos: fortalecer a democracia combatendo a desinformação e incentivando à diversidade de informações na internet; buscar maior transparência sobre conteúdos pagos; e desencorajar o uso de contas inautênticas na disseminação.

Dentre as definições de termos, traz como definição de desinformação: “[...] conteúdo, em parte ou no todo, inequivocamente falso ou enganoso, passível de verificação, colocado fora de contexto, manipulado ou forjado, com potencial de causar danos individuais ou coletivos, ressalvado o ânimo humorístico ou de paródia” (BRASIL, 2020a, s.p.).

O projeto veda contas inautênticas, conteúdos e disseminadores artificiais não rotulados, além de redes de disseminação artificial com a finalidade de disseminar desinformação. Delibera ainda sobre a transparência dos provedores de aplicação bem como

medidas contra desinformação, que incluem a rotulação de conteúdos e asseguram envio de informação verificada.

Sobre os serviços de mensagem privada, delibera a limitação de encaminhamento para cinco usuários ou grupos e o número máximo de 456 membros. No caso de propaganda eleitoral, o número de encaminhamentos fica limitado a um usuário ou grupo. O art. 20 expressa que provedores devem “[...] limitar difusão e assinalar usuários a presença de conteúdo desinformativo”, garantindo a privacidade e o segredo das comunicações pessoais.

Resolve-se ainda sobre a transparência em relação aos conteúdos patrocinados, oferecendo visualização de histórico dos mesmos, identificá-los inclusive sobre quem o patrocinou, inserindo dados sobre todos os conteúdos. O art. 23 determina: “As redes sociais devem tornar pública, em plataforma de acesso irrestrito e facilitado, dados sobre todos os conteúdos patrocinados ativos e inativos relacionados a temas sociais, eleitorais e políticos”.

As sanções incluem multa, advertência, suspensão temporária de atividades, proibição de exercício no País. A Coalização Direitos na Rede reúne 38 organizações de pesquisa e defesa de direitos digitais. Sobre a responsabilização das plataformas, o PL muda o regime de responsabilidade das plataformas intermediárias por danos gerados por conteúdos produzidos por terceiros. A Coalizão entende que, no momento em que lista conteúdos e práticas vedadas e estabelece obrigações quanto à “[...] fiscalização e remoção dos mesmos e elencar sanções caso tais medidas não sejam cumpridas pelas companhias, o PL 2630/2020, contrariando o Marco Civil da Internet<sup>32</sup>, responsabiliza na prática as plataformas por esses conteúdos” (COALIZÃO DIREITOS NA REDE, 2020, s.p.).

A Coalização evidencia que, para classificar um conteúdo como desinformativo, tem que contar não apenas com a análise humana dentro de um contexto, mas também baseada em pesquisas e fontes diversas. Mesmo assim, alerta ainda que pode sobrar espaço para interpretação. Sendo assim, ante a previsão legal, as empresas podem fazer uma moderação exagerada, aumentando a chance de cerceamento da liberdade de expressão.

Sugere mudanças no texto, que deveria trazer um código de conduta, com base no Comitê Gestor da Internet no Brasil, e um código de boas práticas em relação à atividade de checadores de fatos. Avalia, então, que o modelo proposto da lei pode ser insuficiente ou

---

<sup>32</sup> “No texto dos artigos 18 e 19 do Marco Civil, na seção que trata da responsabilidade dos provedores por conteúdo gerado por terceiros, o legislador estabelece, justamente, a existência dos dois tipos de provedores e, embora no art. 5º não faça o uso do termo provedor, quando prevê os termos conexão à internet e aplicações de internet, art. 15, dessa forma ficando claro que qualquer pessoa (jurídica ou física) pode ser considerada como provedor de aplicação de internet” (FAUSTINO, 2019, p. 444). Faustino (2019) ainda exprime que, dos oito princípios do Marco Civil, destacam-se os de liberdade de expressão, privacidade, proteção de dados pessoais e neutralidade da rede.

gerar moderação de conteúdo mais proativa do que já existe, conforme praticado pelas plataformas.

Sobre os conceitos, a Coalizão entende que o PL traz conceitos problemáticos e vagos, incluindo até mesmo o termo **desinformação**. Acrescenta que:

Ainda sobre a definição de desinformação, vale ponderar que o tema é um problema multifacetado e que ainda não foi introduzido de maneira clara ao ordenamento jurídico brasileiro. Conteúdos percebidos como “*fake news*” podem ser confundidos com hipóteses já tratadas em leis brasileiras como os crimes contra a honra – calúnia, injúria e difamação –; gerar eventuais reparações cíveis por danos causados a personalidade; ou serem confundidos com a veiculação de conteúdos de baixa qualidade informativa. Em função disso, é importante que o Projeto de Lei em questão defina, em termos claros, qual o conteúdo abarcado por essa conceituação, a fim de evitar confusões e interpretações abusivas por parte das plataformas ou até resultar em restrições à liberdade de expressão e o livre fluxo de ideias na internet. (COALIZÃO DIREITOS NA REDE, 2020, s.p.).

Além disso, conteúdo patrocinado, verificadores independentes, conta inautêntica e disseminadores artificiais<sup>33</sup>. Entende-se que o PL deveria excluir a expressão “conta inautêntica” e substituir por “contas automatizadas”, que são geridas por computador para substituir “atividades humanas”. Sobre conteúdo patrocinado, indicam sugestões para substituição dos conceitos e impulsionamento e publicidade<sup>34</sup>.

Na análise da Coalizão, os modelos de comunicação dos provedores com os usuários são insuficientes tanto nas medidas de moderação aplicadas aos conteúdos e contas quanto no momento em que o usuário notifica que as regras foram violadas. Por isso destaca que, mesmo que o PL procure enfrentar a falta de processo direto do funcionamento das plataformas, tem redação confusa e vaga quanto aos procedimentos, além de não apontar medidas de moderação ante denúncia de desinformação.

O documento da Coalizão sugere, então, que seja estabelecido um comunicado sobre a análise do processo informando a fundamentação e a fonte do questionamento. Tudo com a preocupação de que o usuário tenha tempo para formular uma defesa. Aponta, ainda, a necessidade de oferecer a opção apagar ou corrigir o *post*. Destaca, ainda, a necessidade de lidar com as regras em relação à verificação de fatos por checadores independentes, deixando

<sup>33</sup> “A elaboração de ‘disseminadores artificiais’ também apresenta uma redação confusa, apontando como problemático o emprego de qualquer tipo de tecnologia de apoio em plataformas digitais. Por isso, cabe aqui sua substituição pela conceituação de ‘contas automatizadas’, que permitirá separar aquelas utilizadas para fins legítimos e necessários das implantadas com objetivos maliciosos de causar dano.” (COALIZÃO DIREITOS NA REDE, 2020, s.p.).

<sup>34</sup> O primeiro seria definido como “[...] ampliação de alcance de conteúdos mediante pagamento pecuniário ou valor estimável em dinheiro à empresa enquadrada no artigo 1º desta lei”, enquanto o segundo consistiria em “[...] mensagens publicitárias veiculadas em troca de pagamento pecuniário ou valor estimável em dinheiro pelas empresas enquadrada no artigo 1º desta lei” (COALIZÃO DIREITOS NA REDE, 2020, s.p.).



claras suas conceituações a fim de não abrir margens para manipulações; explicar que cabe reparar dano, informando o erro e expondo a correção.

Para fins de assegurar o direito à Justiça, em casos de encaminhamento do caso para o Poder Judiciário, as medidas adotadas pelos provedores de aplicação de Internet devem ficar restritas ao determinado no curso do processo judicial. E, para assegurar o direito à informação e fortalecer a transparência, em casos de decisão judicial relativa a processos de análise decorrentes dessa lei, o provedor de aplicações de internet deverá substituir o conteúdo ou conta tornados indisponíveis pela exibição da ordem judicial que deu fundamento à indisponibilização, ressalvado o segredo de Justiça. (COALIZÃO DIREITOS NA REDE, 2020, s.p.).

Avalia, ainda, que é fundamental a divulgação da sentença com sua determinação. Sobre a transparência das plataformas, sugerem a feitura e publicação de relatórios trimestrais, informando procedimentos e decisão sobre o conteúdo gerado por terceiro. No caso de propaganda eleitoral ou de situações em que são citados candidatos, partidos ou coligações, considera relevante a publicidade de valores, tempo de veiculação e características da população que receberá, segmentadamente, este conteúdo divulgando, assim, as medidas de moderação para permitir até mesmo a análise sobre a maneira como os usuários interagem a estas informações.

O instituto *Data Privacy*, também, fez nota técnica, em que destaca outros problemas, como o desrespeito ao princípio de presunção de inocência e o fato de não apresentar garantias de efetividade. Isso com base nas dificuldades de “[...] identificação de autoria em mensagens compartilhadas em diferentes plataformas e a possibilidade de que os critérios de rastreabilidade sejam burlados por soluções técnicas” (DATA PRIVACY BRASIL, 2020, s.p.).

A longa jornada deste capítulo mostrou a desafiadora missão de se conceituar as *fake news* e a desinformação, um fenômeno que tem dimensões sociais, culturais e até mesmo psicológicas, além de implicações em diversos campos, especialmente o eleitoral, sendo algo que se tornou uma aflição planetária. A partir das inferências de diversos teóricos, podemos entender as *fake news* como informações fraudulentas, que são espécie do gênero desinformação, caracterizadas, inclusive, por se travestirem do formato de notícias com a finalidade de causar danos em benefício de alguém ou algum grupo que utiliza a lógica algorítmica das redes sociais para se disseminar com mais efetividade e rapidez.

Detectamos que existem diversas inquietações compartilhadas e projetos pensados, mas é preciso ficar atento para que os projetos não provoquem mais problemas do que soluções. Então, agora é voltar o olhar para o universo da comunicação política, o que aprofundaremos no próximo capítulo.

## 4 A ESPIRAL DA COMUNICAÇÃO POLÍTICA

Por que tratar de informação no campo eleitoral? Porque é com suporte na informação correta que o cidadão encontra repertório para deliberar sobre a aparente melhor opção para lidar com os interesses coletivos. A composição deste repositório informativo se dá das variadas maneiras que se conectam em teias com diversos matizes significativos que vão do correto ao incorreto; do enviesado, do manipulado ao fraudado, ao factual.

Segundo Gomes (2018, p. 895), informação é um termo de pouca precisão conceitual na teoria democrática e assim o conceitua: “[...] informação é basicamente mais uma forma de registro da opinião pública, necessário para políticas públicas e demais decisões políticas para as quais se quer levar em consideração a vontade política da maioria”.

Neste terreno, as propostas, manipuladas ou não, historicamente, foram compartilhadas de maneira *off-line* pelas ondas do rádio, captadas pelas antenas de TV, impressas nos santinhos, nos *outdoors* dentro de um modelo chamado *broadcasting*, que concentra produção em um meio para distribuição massiva de conteúdo.

Aí, porém, veio a internet, que introduziu novas modalidades de conceber e exercer a política. Nela, o discurso político passa por montagem e circulação. Fontes de complexidade, tanto a internet como a televisão, funcionam de modo incontornável, sendo impossível se pensar hoje numa campanha fora do ambiente digital – um *locus* que oferece fluidez para participação social e inaugura um modelo de comunicação de todos para todos, ou seja, todos podem produzir, compartilhar e consumir conteúdos de maneira semelhante (MARTINS, 2020).

Desde que inaugurada esta topografia comunicacional, perde-se o elo inspirado nos meios de comunicação social entre os governantes e os cidadãos, que contatam diretamente com eleitor sem a mediação dos meios de propagação maciça, como destaca Fausto Neto (2019). Ademais, observa que, na esfera da comunicação política, o jornalismo perdeu espaço como elo entre as instituições e os agentes sociais. “O trabalho de produção de mensagem ocorre cada vez mais no âmbito da própria instância da circulação através de fluxos complexos, cujas autoridades e responsabilidades permanecem, em larga escala, obscuras” (FAUSTO NETO, 2019, p. 2882).

Os modelos de comunicação passam, então, do formato massivo para serem fomentados em contextos novos de visibilidade, estilo de debate, acirramento de polaridade, além de polaridades e inéditas modalidades de propagação de ideias e fatos. “Esse cenário reorganiza os lugares do poder, bem como seus atores no jogo político” (JESUS *et al.*, 2016,

p. 12). Historicamente, a comunicação é utilizada como tática para construir e desconstruir imagens eleitorais. Na sociedade democrática, o conhecimento da realidade sempre foi considerado imprescritível para o autogoverno da cidadania, como destaca Sodré (2019).

Os avanços na seara das tecnologias da informação e comunicação trouxeram, assim, novas possibilidades para o desenvolvimento de formação de vontade e do desejo que, assim como na Psicanálise, também é estruturante.

Gomes (2018) ressalta que tudo de bom ou ruim no sistema democrático pode ser feito por meio de comunicações e ambientes digitais. Afinal, na democracia, é fundamental que o cidadão tome decisões com amparo na informação e os meios e ambientes digitais podem representar uma contribuição significativa. Gomes (2018) retoma a ideia da nova esfera pública, sem os limites das comunicações massivas, e entendendo a internet como espaço livre para conversação horizontal entre os cidadãos sobre interesses comuns, sem limites impostos por interlocutores postados no mesmo espaço e universalização transpondo o território. Isso produziu um incremento considerável na introdução de questões de teoria democrática na avaliação da revolução digital e projetou a revitalização da esfera pública.

A esfera pública, porém, gerada por algoritmos, tem pelo menos quatro aspectos problemáticos: empobrecimento da diversidade cultural e pluralidade política; modo de visualização das redes que fragiliza a qualidade da informação; o discurso público mediado por algoritmos que operam desde a lógica do lucro e os eleitores mal-informados (PASQUALE, 2017).

Haja vista o valor democrático da informação, o objetivo das *fake news* é prejudicar a pluralidade do debate, perturbar o sistema político. Por isto, representam perigo para a tomada de decisões das pessoas.

Ao ampliar as possibilidades de participação no processo de racionalidade pública, o desenvolvimento da vida democrática de uma nação representa um significativo desafio em termos de produção, distribuição e consumo de informações verdadeiras, completas, objetivas e multifacetadas que permitam ao indivíduo compreender o tema, a discussão, seu contexto e as possíveis implicações que uma decisão teria sobre ele e a comunidade de forma significativa.<sup>35</sup> (MARTÍNEZ; LEMUS, 2020, posição 3210, tradução nossa).

A sociedade democrática demanda transparência dos processos da disputa pelo poder estatal por meio de regras compreensíveis, acessíveis e justas (SILVEIRA, 2020).

---

<sup>35</sup> No original: “Al ampliar las posibilidades de participación en el proceso de racionalidad pública, el desarrollo de la vida democrática de una nación supone un reto significativo en los términos de producción, distribución y consumo de información veraz, completa, objetiva y con múltiples perspectivas, que permita al individuo entender el tema, la discusión, su contexto y las posibles implicaciones que tendría una decisión en él y en la comunidad significativamente.”

Assim, a questão algorítmica causa impactos diretos no debate democrático, tanto pelo controle de distribuição de conteúdo nas plataformas, como na hierarquização dos resultados nos mecanismos de busca. Da maneira como acontece, reforça discursos dos mais replicados, não os mais qualificados ou verdadeiros (SILVEIRA, 2020).

Assim, o terreno político teve que se transformar dentro desta configuração da ecologia da informação, em que a tecnicidade está no mesmo nível da identidade, da coletividade (MARTÍN-BARBEIRO, 2008). Da Empoli (2019) entende que, se antes os meios se limitavam a instrumentos que segmentavam os discursos, no jogo digital, não há mais necessidade de congruência dos eleitores a denominador único, pautado por um projeto político. O mais eficiente seria a entrega do discurso e do formato de comunicação que atenderia às particularidades individuais e não coletivas dos eleitores. Com efeito, se no passado era divulgada uma ideia com o intuito de unificar, hoje se sai do paradigma do centro para o estímulo pelos extremos<sup>36</sup>.

Nesta composição do discurso, a propaganda converte-se num mecanismo de influência do voto, ainda que este mecanismo, não necessariamente, se projete no campo racional (MORAIS; FESTUGATO, 2020). Assim, as mudanças nos bastidores da internet mudaram também as tramas do *marketing* eleitoral, que pode seguir as rotas do comercial e tratar o candidato como mais um produto baseado em pesquisas de mercado, materializando suas atuações ao vender uma imagem em troca de votos. Isso ocorre mesmo quando “[...] o voto mereceria um tratamento especial pelos valores, responsabilidades e significados implícitos na escolha de um determinado candidato ou partido para comandar um país, um estado ou uma cidade” (VICENTE, 2006, p. 92).

Na esfera midiática, esta produção de imagens pode se dar tanto para criar quanto para destituir reputações. Em tempos de polarização típica das eleições, fatos recentes já mostraram como campanhas se dedicaram a destituir o opositor da mesma maneira ou até mais do que exaltar as qualidades de si. Não se entende aqui o *marketing* eleitoral como uma perversidade. Quando bem utilizadas, as técnicas a informar sobre propostas podem funcionar como agentes propulsores da democracia.

Percebemos, pois, como a interação, dentro do processo comunicacional, se encontra numa dialética entre sentidos para constituir versões e interpretações. Há décadas, este papel era privilégio dos meios de comunicação com sua capacidade de apresentar e

---

<sup>36</sup> O que parece ter sentido quando se percebe o quanto as campanhas, especialmente, a de 2018, foco deste estudo, se focam para a polarização, que será avaliada no sexto capítulo.

interpretar os fatos, pautando a vida em sociedade. Agora, como já estudamos, é produto da autocomunicação, em que as pessoas produzem seus conteúdos e partilham em suas redes.

No esgotamento do modelo tradicional dos jogos verticais de poder, destaca-se a complexidade da multidão digital, incluindo, até mesmo, os excluídos políticos. Daí, a comunicação vai ganhando novas nuances, intensidades. Desta forma, seguimos lidando com uma modalidade sobradamente competitiva para chegar ao poder dentro da seara da democracia, esta expressão não apenas simbólica, mas pretensamente civilizada de conflito entre partidos que incluem debates, discursos, palavras, composição de imagens, de fala, de aparências desde a seleção customizada de pessoas.

Parte-se do modelo gasto do horário político eleitoral milimetricamente definido com horários e formatos específicos para o frenesi disforme das redes sociais em busca de interação. Nesta experiência constituinte do ser humano, a midiaticização da política demanda muitos exercícios do entendimento.

Acrescente-se no debate os muitos códigos sutis que compõem o imaginário político. Domingos (2006, p. 150) define a “palavra” como uma arma natural da política, um meio de ação e criadora de uma retórica persuasiva “[...] para construção de fatos em versão a granel”. No discurso político, se torna uma arma “[...] principalmente quando deixamos de verificar esta pragmática, recebendo-a apenas de modo ‘encantatório’ e sem que percebamos que ela advém e uma mente autoritária, no exercício da avareza”.

Ante o parâmetro de que o importante é convencer, mentir pode ser uma arma eficaz. Na análise do autor, o “dito” no discurso político pode virar crenças e alimentar fanatismos, por isso é preciso conceber que nem tudo está evidente no dito, mas no interdito, no intervalo do além com o aquém da palavra. Assim, os políticos podem fingir enquanto vendem suas ideias dentro do propósito do *marketing* político, numa elaboração em que se diz não o que se pensa, mas o que outro quer ouvir.

Já que o uso da palavra política, em geral, é se impor como mais convincente para o discurso do outro, ou seja, mostrar um modo de demonstrar uma “verdade” como superior à “verdade” do outro, a palavra, mesmo sendo um dos objetos constitutivos do discurso, serve como arma de ataque ou de defesa. Ela pode ainda tanto construir o outro, no ato do elogio, por exemplo, como pode destituí-lo, criticá-lo. (DOMINGOS, 2006, p. 157).

O autor defende a necessidade do exercício de uma atitude de cientista do discurso capaz de destituir as palavras políticas, o que é passível de relacionar com educação midiática, podendo dar ao cidadão a crítica de recepção de conteúdos políticos. Até porque, no processo da decolagem e ancoragem das palavras, sempre haverá defasagens. Mesmo que não se possa

checar, é preciso pelo menos tentar fazer uma leitura nas entrelinhas. “Devemos buscar não a verdade absoluta, já que esta jamais será alcançada, mas a de maior consenso e a mais lógica possível” (DOMINGOS, 2006, p. 153).

Desta maneira, a palavra empregada no campo político pode, como alerta Domingos (2006), ter uma sabedoria persuasiva. Trata-se de uma arma política capaz de hipnotizar e seduzir. Esta palavra procura sobrepor-se com aparência de verdade absoluta e indiscutível, críveis mais pelo ato de fé do que comprovação de fatos, e auxiliando a imposição de modos de ver.

Em tempos contemporâneos e desconexos, Nogueira (2006) avalia ser difícil falar em “opinião pública”, porque a vida pública trafega por caminhos e processos complexos. Assim, os processos de formação de opinião não evoluem fluida e previsivelmente. “Os cidadãos não se deixam mais guiar, teleguiar e induzir com facilidade. Estão acossados por duas dinâmicas contraditórias que se interpretam e influenciam reciprocamente” (NOGUEIRA, 2006, p. 16).

A primeira dinâmica a que se refere é o fato de as pessoas escolherem com liberdade ante o *menu* variado de informações que se renovam e compartilham a cada minuto. Ao passo que não se mostram tolerantes como trabalho mal feito dos políticos, não se recusam a agir politicamente para enfrentar problemas. Na sociedade movida pela velocidade de informações, imagens, reviravoltas e fluxos quase incontrolláveis, as instituições têm dificuldades para balizar das condutas individuais aos relacionamentos. (NOGUEIRA, 2006).

O acesso à informação em período democrático é fundamental para formação da vontade do eleitor, que se compõe de fatores variados e complexos capazes de serem impactados pela desinformação. “Afinal, eventual rede de desinformação pode servir como instrumento de fomento ao aprofundamento de emoções que podem interferir, de forma maliciosa e orquestrada, a na formação da vontade” (SILVEIRA, 2020, posição 101).

Nesta arena para confronto entre grupos opostos, a democracia é uma modalidade competitiva para obter o poder, uma expressão simbólica do conflito diante de discursos, debates e campanhas. É um mundo que pode não cultivar inocência. Acrescente-se o fato de que as concepções deliberativas da democracia são fundamentadas para decisões capazes de afetar o bem-estar coletivo devendo ser o consequência de uma troca argumentativa livre e razoável entre cidadãos, mesmo perante uma grande pluralidade de interesses, perspectivas e demandas dos participantes deste debate (MATOS, 2009).

A internet reúne as pessoas dentro de interesses e afetos, podendo aproximar ou diminuir o engajamento cívico. Recuero (2005) entende que a conexão das pessoas mediadas

pelo computador é capaz de aumentar o senso de comunidade, mas alerta para o fato de que a existência da conexão não necessariamente cria ou sedimenta o capital social das pessoas que fazem parte do espaço coletivo.

No decurso da elaboração das ideias das teorias da comunicação, a recepção dos usuários sempre foi controversa. Por meio do voto, confere-se legitimidade social ao poder democrático. O que dizer, entretanto, de uma decisão tomada com base na desinformação? O pensamento “mosaico” e “caleidoscópico” de McLuhan (1996) propunha aos leitores ativar suas múltiplas significações para não atuar passivamente diante da comunicação. A obra do teórico canadiano da comunicação foi produzida nos anos de 1960, mas pode ser espelhada no universo digital. Analisava como os meios, mesmo não sendo conteúdo em si, podem mudar o comportamento da sociedade.

Nós somos sempre marcados pelos aparelhos, independentemente de como intencionamos utilizá-los ou presumimos emprega-los, independente do sistema político-econômico em que deles nos servimos, pois pressupõem e estabelecem sempre uma certa relação entre nós e os demais homens, entre nós e as coisas, entre as coisas e nós. Ou seja, cada aparelho é sua utilização. (MCLUHAN, 1996, p. 74).

Cabe aqui a separação entre informação e comunicação, desenhada por Dominique Wolton (2011). Enquanto considera a primeira como dados e mensagens feita por meios tecnológicos – na qualidade de espaço de transmissão, velocidade e superficialidade – a comunicação se compreende como ato de compartilhamento, subjetividade, alteridade, relação. Permitir acesso, não necessariamente, significa produzir compreensão dentro de um processo comunicacional.

Ao analisar o pensamento de Wolton (2011), vemos que ele alerta para o fato de que a tecnologia de acesso e troca de informações pode dar a impressão de aumento na participação política dos cidadãos, mas não se pode deixar de levar em consideração a ideia de que a política é um processo social resultado do conflito e tensões humanas. “Portanto, não há tecnologia que garanta, por si só, uma maior ou menor participação das pessoas na política” (MARTINO, 2014, p. 270).

Os aparelhos de comunicação conformam maneiras de expor a pessoa e seus conflitos. A neutralidade da tecnologia é questionável porque, afinal, interfere nos modos de ser e viver. As propostas de que as pessoas produzissem sua informação representaram uma maneira de pensar uma contraposição de uma cultura de cima para baixo, orientada por interesses políticos ou mercadológicos dos meios de comunicação. Isto a internet, de algum modo, tornou possível. “A questão que ficou no ar é se isso provocou apenas brincadeiras,

produtos inconsequentes, ou se, de fato, interveio no esclarecimento e na participação política consciente das pessoas” (MARCONDES FILHO, 2016, p. 62).

É importante revisitar os clássicos, mas também entender que os estudos de percepção e consumo midiático continuam sendo tensionados. As reconfigurações da sociabilidade ganharam novos significados em diversos contextos culturais. Os meios que surpreenderam o mundo, como a TV e o rádio, dezenas e dezenas de anos atrás, também foram perpassados pelas tecnologias que fragilizaram as fronteiras entre os *media* e a vida social.

Ao analisar a propaganda política, na avaliação de Chomsky (2019), quando ela é apoiada por classes instruídas e não há espaço para contestá-la, as consequências acontecem. E lembra o que houve com líderes como Hitler, por meio da formulação de consensos. Retoma o pensamento de Harold Lasswell, elaborador das ideias da comunicação política da época, em que se destaca a necessidade de se domesticar rebanhos desorientados para impedir que pisoteiem e destruam as coisas.

Se nos anos de 1920 e no início dos de 1930, defendia-se quem seria o melhor juiz dos interesses dos homens, bastaria manter um porrete acima das cabeças deles, mas com a sociedade mais livre e democrática, este poder foi perdido. Destaca, então, o que considera uma lógica cristalina. “A propaganda política está para uma democracia assim como o porrete está para um Estado totalitário. Esta é uma atitude inteligente e vantajosa porque, uma vez mais, os interesses comuns escapam ao rebanho desorientado: ele não consegue decifrá-los” (CHOMSKY, 2019, p. 210).

Mesmo com a capacidade e a disposição de as pessoas refletirem sobre as coisas, há sinais de efeito civilizador, apesar dos esforços em controlar pensamento e construir estabelecer consensos. Acrescenta: “A verdade dos fatos encontra-se enterrada debaixo de montanhas e montanhas de mentiras” (CHOMSKY, 2019, p. 314).

A disputa pela atenção durante o período eleitoral nunca foi tão feroz. Um dos elementos para chegar até o público são *memes*, *GIF*, ou vídeos curtos que conseguem ser compartilhados com facilidade. Desta maneira, o veículo condiciona a mensagem e a ideia é gerar um fato que não apenas seja compartilhável, mas que possa ser compartilhado rapidamente. “Se, por um lado, ainda é cedo para apontar o grau de relevância das redes sociais e dos apps de mensagem instantânea nessas eleições, parece inegável que algum destaque eles terão” (SOUZA, 2019, p. 1167).

Em meio a muitas informações, é preciso saber capturar atenção, que é disputada a cada clique. Daí até os defeitos são trabalhados para criar *persona* e trabalhar os deslizos



para elaborar imagem de candidatos mais humanos. Souza (2019) compreende que ainda estamos longe de entender como a rede está mudando a maneira de fazer política em tempos de *fake news* e ataques cibernéticos.

A ideia é virar *meme* e *mitar*. Assim, os candidatos conseguem engajamento, ganham mais espaço em grupos de mensagem do que campanhas superproduzidas de televisão que não geram interação, por exemplo. “Não se está preocupado com a troca de argumentos, mas, sim, com a vitória que anula o outro” (SOUZA, 2019, p. 1398).

Destaquemos o fato de que as redes promovem ruptura social, epistêmica e cognitiva (DI FELICE, 2014). Com efeito, lembra-se o dilema do determinismo tecnológico que Castells (2002) chama de problema infundado, uma vez que considera que a sociedade precisa da tecnologia para ser representada. “As nossas sociedades contemporâneas estão cada vez mais estruturadas em uma oposição bipolar entre a rede e o ser”.

Os primeiros estudos do universo digital analisavam o universo *on-line* e *off-line* como uma dicotomia. Os estudos etnográficos mostram como o fato social articula-se com as diversas esferas de vida. Compreende-se que a internet é um meio que conduz a comportamentos e que, de alguma maneira, as pessoas se orientam por códigos culturais particulares (CAMPANELLA; BARROS, 2016). Não há como negar que as mídias transformam as experiências de identidade e interação e ofuscam as fronteiras entre o *on-line* e o *off-line* (HINE, 2016). Na interconexão de mundos físicos e virtuais, Ash (2017) cunhou o termo Cosmópolis, que trata do contexto transformado para qualquer discussão sobre livre expressão contemporânea.

Se por volta dos anos de 1990, percebia-se a internet como um espaço distinto, apartado da vida cotidiana, hoje ela é um componente do dia a dia. Estar *off-line* é quase um ato revolucionário, afinal tudo é mediado digitalmente. Hine (2016) defende o argumento de que a internet pode ser analisada como um fenômeno corporificado pelo fato de estar *on-line* significar um jeito materializado de ser e atuar no mundo. Entende, ainda, que os corpos não distinguem mais uma experiência dentro e fora da internet.

O uso da internet torna-se significativo para nossas compreensões da identidade e responsabilidade, e transformador de nossas estruturas de recompensa, confiança e reconhecimento. Qualquer fragmento individual dos dados derivados da internet é, por isso, passível de ser interpretado de uma série de formas, dependendo dos contextos em que se incorpora e adquire significado. (HINE, 2016, p. 16).

Nesta formulação que ocorre dentro de uma rede complexa e contingente de interconexões, cada usuário tem percepção única. Afinal, a internet não é apenas produto, ela também produz cultura (HINE, 2000); é estrutura e princípio estruturante da sociedade

(RAMOS, 2016). Nela, as redes sociais medeiam processos comunicativos e afetos por meio de suportes, como *smarthphones* e computadores (POLIANOV; SANTOS, 2016).

Como dimensão fundamental da ética, por constituir elemento da formulação de valores, “[...] o afeto, inclusive, pode ser um valor absolutamente fundamental ao se tomar uma decisão” (MARTINO; MARQUES, 2018, p. 58). Os afetos afloram, têm procedência, na comunicação. Quando Habermas (2005) desenvolveu a ideia de discurso relacionando democracia e comunicação, foi tachado de utópico. Afinal, para ele, por meio da interação discursiva e do uso racional da linguagem, poder-se-ia chegar a um entendimento mútuo formando a esfera pública, este lugar abstrato em que as pessoas usam racionalmente o conhecimento.

O tempo mudou a maneira de ver sua concepção, percebendo, inclusive, como a comunicação foi arrimada em interesses mercadológicos. A esfera pública política passa então a ser veículo de propaganda e de aclamação de opiniões previamente fabricadas. “Em nossa sociedade midiática, a esfera pública serve como espaço de autopromoção àqueles que se tornam celebridades. Visibilidade ou notoriedade constitui-se no verdadeiro objetivo das aparições públicas” (HABERMAS, 2018, p. 330). E acrescenta: Entre cidadãos que não podem mais se conhecer pessoalmente, uma frágil coletividade só se pode produzir e reproduzir por meio da formação da opinião e das vontades públicas (HABERMAS, 2018).

Ao analisar o que chama de “situação cultural pós-democracia-de-massas”, Vesting (2018) exprime que o ganho das redes sociais promove particularismos e retrocessos de uma parte da esfera pública reduzida a fóruns de pessoas que pensam do mesmo jeito em câmaras de eco. O autor considera preocupante o desenvolvimento de uma autolimitação temática, “[...] a uma cegueira narcisista em relação às realidades de vida que se encontram fora do próprio grupo e que não permitem mais uma percepção mútua de imagens de mundo e visões de mundo de outros milieus culturais” (VESTING, 2018, p. 298). Apesar da preocupação, consegue vislumbrar na esfera política digital uma observação mútua comum relacional entre o *homo digitales* para a configuração de um conhecimento comum; algo que, admite, não é simples de se realizar.

Vamos voltar o olhar para as eleições de 2018. O que estudiosos perceberam ao estudar grupos de WhatsApp, por exemplo, foi uma avalanche de compartilhamentos de *memes* e *flyers*, não necessariamente de um campo de debate de ideias. A lógica algorítmica das redes separa os lugares de fala que ressonam, em grupos, o que há de identidade e não de oposição. “As ações comunicativas não estão descoladas dos interesses particulares dos participantes do debate. Pelo contrário, é no universo de compreensões e interesses singulares

destes indivíduos que se configura um horizonte ampliado e partilhado de sentidos” (MARTINO; MARQUES, 2018, p. 87).

As mídias são usadas pelos políticos com o intuito de manipular a opinião pública. Elas não configuram a democracia, mas um espetáculo decorrente dela. As esferas do político, do civil e das mídias interferem entre si, trazendo dificuldade de discernir qual domina. Afinal os atores de cada uma destas esferas constituem uma visão particular de espaço público (CHARAUDEAU, 2007).

É de se reconhecer o fato de que a cultura do futuro será ainda mais participativa, mas não se sabe muito sobre como será esta participação. A medida em que os cidadãos causam impacto no fluxo das ideias, esta cultura participativa muda o jeito como vemos a nós mesmos (JENKINS, 2009). Este modelo derrubou barreiras no mercado das ideias e colocou recursos de ativismo e crítica social, antes exclusivos de candidatos, partidos e meios de comunicação, nas mãos dos cidadãos comuns.

Jenkins (2009) avalia como armadilha conceber a democracia como um desfecho inevitável da transformação tecnológica. Isso porque ela é algo pelo qual se deve lutar para alcançar. Práticas antigas estão mudando diariamente. “Devemos continuar a fazer perguntas inquisitivas sobre práticas e instituições que elas estão substituindo. Devemos estar atentos às dimensões éticas pelas quais estamos gerando conhecimento e nos envolvendo juntos na política” (JENKINS, 2009, p. 369).

Dentro do universo do ciberespaço, a esta interconexão digital de computadores ligados em rede para troca de dados (MARTINO, 2014) acrescenta-se ainda a ideia de inteligência coletiva, a possibilidade dada pelas tecnologias para aumentar o volume de conhecimento produzido, o veneno e o remédio da cibercultura (LÉVY, 1999). São comunidades constituídas pelas modificações, reconstruções dentro de um princípio de reciprocidade.

Essa cultura promove uma reconfiguração cultural e política, constituindo uma esfera pública mundial, trazendo implicações profundas no desenvolvimento da ciberdemocracia planetária (LE MOS; LÉVY, 2010). Este fluxo plural e aberto pode também favorecer o aparecimento de sociedades mais inteligentes e conscientes, assentadas em “novas sintaxes de realidade” com ampliação da interação humana. Isto é susceptível de causar reflexos no campo político, porque aumenta a possibilidade de espaço de debate e troca de opiniões (MARCHI, 2014).

Cabe ainda analisar o problema sob a perspectiva, de Debord (1997), da sociedade de espetáculo. Nela, a realidade autônoma com suas ideias e valores éticos acabam se

tornando fonte e não o reflexo dos fenômenos sociais, econômicos, políticos, fazendo com que a vida não seja necessariamente vivida, mas representada, fazendo com que o consumidor real se torne um consumidor de ilusões. A perspectiva debordiana foi pensada nos anos de 1960, mas nos ajuda a pensar o hoje, quando destaca o papel da produção da imagem como instrumento de exercício do poder, conforme a leitura de Coelho (2011, s.p., grifo nosso):

A sociedade do espetáculo corresponde a uma fase específica da sociedade capitalista, quando há uma interdependência entre o processo de acúmulo de capital e o processo de acúmulo de imagens. **O papel desempenhado pelo marketing, sua onipresença, ilustra perfeitamente bem o que Debord quis dizer: das relações interpessoais à política, passando pelas manifestações religiosas, tudo está mercantilizado e envolvido por imagens.**

Entre tantos intercâmbios de cultura, política e comunicação, a internet é muito mais do que fermenta. Vargas Llosa (2013) a entende como um utensílio prolongador do nosso corpo, do cérebro, que, também, de maneira discreta, vai se adaptando, a pouco e pouco, a esse novo sistema de informar-se e pensar. Se a revolução da informação está longe de terminar, ante novas possibilidades que surgem diariamente, é preciso reexercitar o olhar em razão das diversas complexidades.

Em virtude deste mosaico das tramas complexas da cultura midiática, é relevante refletir sobre táticas e estratégias de poder. Em territórios nos quais as pessoas não querem se sentir isoladas em comportamentos, atitudes e opiniões, é preciso ainda ficar atento às espirais do silêncio quando o movimento silente cala as discordâncias e o que capaz de tornar majoritário algo minoritário (BARROS FILHO, 2016).

Entre teses conflitantes, o olhar da cultura da conexão de Jenkins, Ford e Green (2014), que percebe como estudiosos de mídia e *marketing* buscam impedir que os públicos sejam entendidos como meramente passivos; mas isso é uma mudança cultural, pois, mesmo diante da resistência de alguns criadores de mídia, ainda seguem a lógica da radiodifusão que olha o aspecto passivo do usuário. “Um ambiente de mídia mais participativo não apenas em melhor compreensão e na priorização de formas pelas quais as audiências de mídia participam, mas igualmente as atividades em que as indústrias de mídia devem participar se quiseram prosperar” (JENKINS; FORD; GREEN, 2014, p. 321).

No mundo em que o que não é propagado está morto, o desafio é compreender as lógicas que tornem o compartilhamento cada vez mais intuitivo num campo *transmídia*, que coloca a comunicação em movimento e para da criação de conteúdo para a agregação, curadoria, remixagem de conteúdos compartilhados em rede.

Os ganhos obtidos com a criação de um ambiente de comunicação mais participativo, para algumas pessoas, não foram a consequência inevitável da introdução das novas tecnologias digitais e das comunicações ligadas em rede. Elas surgem a partir das escolhas feitas, em relação a maneira como novas ferramentas e plataformas são empregadas. (JENKINS; FORD; GREEN, 2014, p. 210).

Os autores analisam a ideia de que constituir uma sociedade mais informada e mais engajada requer um ambiente no qual governos, empresas e outras instituições trabalhem para apoiar, no lugar de restringir a possibilidade de que todos tenham acesso a termos técnicos e culturais de participação. Estamos sempre em lugar de transição e a luta é ampliar os espaços de inclusão, dinamismo e participação.

Cabe, então, agora entender como se dá a comunicação política no campo do *marketing* e da propaganda eleitoral. O intuito não é o aprofundamento, mas entender os processos que foram pensados para impor balizas e limites à comunicação política em período eleitoral e o lugar do Direito neste campo.

#### **4.1 O *marketing* eleitoral e a comunicação em rede**

Além de reprogramar a vida sensorial e a temporalidade (SANTAELLA, 2016), a comunicação revolucionou o jeito de fazer política. E a própria comunicação mudou muito ao longo dos últimos anos. O imenso volume de dados compartilhados e produzidos diariamente traz impactos diretos na democracia e a maneira como a entendemos. Ante a ubiquidade em que todos podem ser encontrados em qualquer lugar e todos se encontram simultaneamente, as pessoas não toleram mais apenas a função passiva e transformam-se em cidadãos engajados.

Essas mudanças na audiência também modificaram o modo como os políticos procuram ser vistos e se fazem ver nas telas. Diante das diversas telas compartilhadas pelos usuários, é preciso chamar atenção, seja pelo volume de disparo de informações, seja pela alimentação dos *feeds* nas redes sociais ou até mesmo pela produção de *fake news*. Marcondes Filho (2019) discute ainda:

Se *fake news* sempre existiram, então, por que tanto estardalhaço agora? Nova, em verdade, é a combinação entre *fake news*, transformações da política e a ação da internet intervindo em decisões políticas, transformando radicalmente o debate, especialmente em momentos de crise.

Souza (2019, p. 189) considera inescapável a análise de como a internet transforma as eleições e a maneira de se fazer política e dos eleitores se informarem para decidir sobre em quem votar. Inclui ao debate a inteligência artificial e apresenta os dilemas:

Somos nós que usamos a tecnologia ou é a tecnologia que nos usa? Em que medida nossos comportamentos são criados ou alterados pelo uso reiterado de certos dispositivos, como *smartphones* e assistentes pessoais, ou mesmo aplicações, como redes sociais e aplicativos de mensagens?

Ao analisar sobre o desejo de agradar no que chamou de sociedade da sedução, Lipovetsky (2020) enfrentou a propaganda e o *marketing* político. Recorda que as democracias liberais do século XX tinham a televisão como o paradigma da sedução. Nas democracias ocidentais, esta política-sedução utiliza as técnicas do *marketing* para mobilizar cidadãos que são considerados como eleitores-consumidores.

É então que o *marketing* político se utiliza das técnicas da esfera comercial. “Há a política-sedução quando a imagem dos políticos tende a ser construída como produtos atrativos cujo papel é ganhar simpatia e sufrágio dos eleitores” (LIPOVETSKY, 2020, p. 214). Destaquemos que esta simpatia, no caso em estudo desta tese, pode estar afeita aos vieses cognitivos, não necessariamente pelo perfil de integridade e inteligência do candidato. Muitos seduziram-se pelas mentiras, porque se engajavam a temas, muitas vezes contraditórios e controversos, como desarmamento e demais questões atreladas à violência.

O *marketing* político, que nasceu em meados dos anos de 1920, transformou-se e ganhou diversas novas artimanhas. Passou do rádio, para o *mailing*, a televisão e agora deleita-se na internet, onde é possível trabalhar com um termo da área chamado público-alvo de modo sobejamente sofisticado e assertivo. Assim, as lógicas típicas de gerenciamento de marcas foram adaptadas do mundo comercial para o da *res publica*. Isso foi feito “[...] para evidenciar personalidade, valorizar a imagem de um candidato, criar notoriedade e diferença. A era da sedução política triunfa quando profissionais de comunicação vendem os políticos para cidadãos considerados como consumidores de imagem” (LIPOVETSKY, 2020, p. 215).

O filósofo entende que a individualização da escolha dos eleitores é cada vez menos uma marca de identidade de classe ou de pertencimento socioprofissional, e cada vez mais atrelada à confiança inspirada por candidato. Inclui ainda o declínio à fidelidade partidária e à indecisão eleitoral. Antes o *marketing* político era marcado por ideais, objetivos que não eram, necessariamente, agradar as expectativas do povo nem atrair simpatia. A retórica política mudou, porém. Vende-se mais uma persona do que uma visão de mundo, com transformação de líderes em vedetes com exposição, inclusive da vida privada. Então, acrescenta:

Quanto menos os políticos têm grandes ideias, mais buscam ganhar uma alta visibilidade e entram em pânico com a ideia de permanecer ou de se tornar obscuros. **Quando as grandes ambições de mudar o mundo desaparecem, resta a magia da celebridade, uma vez que esta permite experimentar o júbilo de se fazer ver,**

**se mostrar, sentir o gozo da vedetização de si.** (LIPOVETSKY, 2020, p. 215, grifo nosso).

Se, nos anos de 1990, privilegiava-se uma política dos afetos, por meio do estímulo à empatia, nos anos de 2010, inicia-se o campo da retórica incendiária. É o tempo do politicamente incorreto, ameaças, excessos verbais e polarização. “Show pós-verdade, retórica negativa e violenta, discursos insultantes: a era do espetáculo populista, dos ataques *ad hominem*, dos discursos de exclusão e machistas foi inaugurado” (LIPOVETSKY, 2020, p. 230).

No jogo político, priorizam-se, então, a hipermediação das emoções, a preponderância da emoção sobre a informação e do espetáculo sobre a análise. Outro fenômeno surgiu: o desaparecimento do fervor passional que animava a militância, que sai das ruas e ganha as plataformas digitais.

O percurso da comunicação política consiste na confluência da esfera política e do âmbito da comunicação coletiva em meio aos sistemas de práticas e habilitações no intuito de trabalhar na disputa por imagens. Isso com intento de “[...] fazer o controle das impressões públicas, para imposição das agendas do público, para impor presença qualificada de posições, fatos e sujeitos na esfera política a esfera da visibilidade pública, para o convencimento dos líderes de opinião” (GOMES, 2004, p. 131).

Esta zona de interface que promove casamento entre a comunicação e a política é chamada por Gomes (2004) **política midiática**, que é alternativa da política em sociedades excessivamente midiáticas, em democracias de massas. Afinal, para ter alcance massivo, precisam se apoiar nas lógicas e nas linguagens desta política. Tanto que se gasta muito com campanhas políticas, que nem sempre ocorrem por simples paixão cívica. Neste contexto, o autor alcança que o Judiciário<sup>37</sup> possui função essencial para a política contemporânea. E acrescenta:

Trata-se de um poder do Estado cuja existência política, principalmente sobre aqueles sistemas de práticas e habilidades da política que, através da comunicação de massa, está voltada para conquistar a atenção e o apoio da opinião pública. Por outro lado, esse mesmo poder demonstra precisar da esfera de visibilidade pública midiática não apenas para ganhar legitimidade social, mas sobretudo para retirar daí sua força efetiva, exercida coercitivamente e eficiente sobre o aparelho político do Estado. (GOMES, 2004, p. 227).

---

<sup>37</sup> Como exemplo, destaca procuradores independentes dos Estados Unidos e os juízes da Operação Mãos Limpas na Itália.

Ao analisar o que chama de *post-broadcast democracy*, Markus Prior (2007) lembra que há oitenta e três anos, a televisão comercial não existia e a mídia impressa era a fonte disponível. Trinta e oito anos atrás, já era universal, mas existiam poucos canais. Hoje são dezenas de canais, inclusive com canais 24 horas, estão nos *smarthphones*, *on demand*. A TV a cabo e a e a internet ofereceram mais controle e condições de escolha.

É a ubiquidade da comunicação, a capacidade de ser concomitante em rede. No caso dos meios, implica a capacidade de qualquer um em qualquer lugar ter acesso a uma rede interativa, produzir conteúdo e compartilhar<sup>38</sup>. “Numa era de mídia ubíqua, processos democráticos dependem de um sistema robusto de cidadãos conectados e mídia profissional, livres de restrições governamentais ou tecnológicas” (PAVLIK, 2014, p. 160).

Assim, as campanhas via internet se tornaram parte das disputas eleitorais. A discussão política de assuntos igualmente políticos torna-se mais fácil, mas não necessariamente vai ganhar atenção apenas por ter sido divulgada em rede social digital. Não se trata apenas de engajamento, mas, especialmente, de visibilidade. Além da grande massa de excluídos digitais, ainda existem os analfabetos digitais, que não sabem exatamente como transformar informações em conhecimento.

Quando o uso de informações manipuladas se torna o principal recurso de comunicação política, constitui-se uma *fakecracia* dentro do universo da pós-verdade, em que as narrativas de ordem emocional apelam para as emoções e tornam irrelevante se o conteúdo é verdadeiro ou não. Não há interesses por dados reais nem pela objetividade. Panke, Mila e Arante (2020) definem a *fakecracia* como uma democracia que se constitui com base nas notícias fraudulentas e na automação maliciosa das redes sociais, que são convertidas nos principais recursos de comunicação na era da pós-verdade.

Por meio de mentiras, na América Latina, se conseguiu, inclusive, derrubar governos. Esta realidade contribuiu para que, com a formação democrática erigida por cidadãos desinformados, sejam estes mais propensos a acreditar em falsidades. É algo por demais perigoso, uma vez que os cidadãos precisam de informação correta, checada e segura para tomar decisões (PANKE *et al.*, 2020).

A produção da informação tem o intuito de alimentar apenas o interesse político do produtor da informação e não o interesse público do eleitorado. Panke *et al.* (2020, posição

---

<sup>38</sup> “Para as organizações noticiosas, uma nova função tem emergido, a de *gatewatcher*. O pesquisador Axel Bruns (2003) introduziu este termo para descrever o novo papel colaborativo do jornalismo em rede. Na era das redes ou da conexão, o jornalista atua com frequência menos como um tradicional *gatekeeper* e mais como aquele que examina os fatos para avaliar sua veracidade e boa-fé, como um autenticador dos jornalistas cidadãos e curador do que é reportado nas redes sociais.”



272, tradução nossa) sustentam não haver política sem comunicação: “Se definimos a política como a arte de buscar o consenso, os canais de comunicação devem estar ativos e disponíveis. Temos que considerar também que uma das premissas da atividade política é a conquista do poder”<sup>39</sup>.

Dentro do sistema de algoritmos e modelos automatizados e da mentira como recurso de manipulação, os políticos produzem os ataques aos opositores e acabam por influenciar as campanhas eleitorais. Panke *et al.* (2020) destacam a campanha eleitoral brasileira como um exemplo de desinformação, que pode ter levado o eleitorado a privilegiar candidatos que construíram plataforma de comunicação quase exclusivamente pelas redes sociais. São muitos os desafios neste campo. Por isto, é relevante analisar como o contexto da comunicação recebeu atenção da regulamentação.

#### **4.2 A regulamentação eleitoral dos meios: do analógico ao digital**

A esfera pública, o espaço abstrato formado na interação das pessoas na discussão (MARTINO, 2016), já tinha passado dos cafés e das associações para os meios de comunicação e foi alargada ainda mais pela internet, que ampliou o acesso ao discurso político (CÂNDIDO, 2013).

As eleições demandam uma certa empatia política, estimulada pela circulação de informações e ideias. Por isso, as liberdades comunicativas de debate e de crítica são inerentes à democracia, conforme destaca Osorio (2017, p. 68): “[...] são, portanto, os processos comunicativos entre cidadãos tidos como livres e iguais que permitiriam conciliar a autonomia individual com a autodeterminação coletiva”.

Mesmo com a ideia de consenso desde o agir comunicativo (HABERMAS, 2005), o campo político pauta-se pelo dissenso racional. O vibrante embate das posições políticas é imprescindível: “Ideias de que o poder poderia ser dissolvido por meio de um debate racional e de que a legitimidade poderia ser baseada na racionalidade pura são ilusões que podem colocar em risco as instituições democráticas” (MOUFFE, 2009, p. 104).

Esse debate perpassa o direito à informação que, no campo eleitoral, contribui não apenas para tornar legítimas as decisões tomadas como viabilizar a fiscalização dos bastidores do poder pelos cidadãos. “A premissa do debate público a partir, inclusive da possibilidade de

---

<sup>39</sup> No original: “*Si definimos la política como el arte de buscar el consenso, los canales de comunicación deben estar activos y disponibles. Tenemos que considerar, también, que una de las premisas de la actividad política es la conquista del poder*”.

canais alternativos de participação direta nos processos decisórios, tem-se como indispensável a fixação de mecanismos de amplo debate e acesso à informação” (GAMBOGI, 2017, p. 86).

Neste simulacro informacional, Chauí (2006, p. 9) alerta para o caso de o Estado aumentar a obscuridade do discurso de maneira proposital para que “[...] o cidadão se sinta tão mais informado quando mais puder raciocinar, convencido de que as decisões políticas com especialistas críveis e confiáveis lidam com problemas incompreensíveis para os leigos”.

A informação eleitoral também circula no formato de propaganda, a “[...] difusão e divulgação de ideias, valores, opiniões, informações para o maior número de pessoas no maior amplo território possível” (CHAUÍ, 2006, p. 42). Segundo Chauí (2006), as técnicas da propaganda comercial são espelhadas na propaganda política, seguindo os procedimentos de sociedade de consumo e espetáculo.

**Não por acaso essa propaganda recebe o nome de marketing, pois sua tarefa é vender a imagem do político** enquanto pessoa privada: características corporais, preferências sexuais, culinárias, literárias, esportivas, hábitos do cotidiano, vida em família bichos de estimação. A privatização das figuras do público como produto e do cidadão como consumidor privatiza o espaço público. (CHAUÍ, 2006, p. 43, grifo nosso).

O acúmulo e distribuição de informações traz alguns perigos dentro do parâmetro de controle e uso da informação. Por meio de informações parciais e dispersas, pode-se gerar novas informações e reconstituir hábitos, interesses e movimento das pessoas (CHAUÍ, 2006). Dentro do universo *online*, esta realidade fica ainda mais tensa, tendo em vista que os meios digitais trouxeram novas formas de inserção de saber. O que Castells (1999) chamou de processos no lugar de ferramentas diante da lógica própria de transformar um sistema de informações numa rede e distribuição ubíqua.

Cabe, ainda, relacionar informação, direito e democracia. Ao conceber a democracia e o Direito, Unger (2011) a entende como um processo de descoberta e aprendizagem coletivas e considera, sob o viés constitucional, organizadora de um processo e aspiradora de um projeto democrático. Por trás da ideia de democracia, alerta, existe uma concepção de indivíduo e humanidade.

A ideia sobre a democracia é de que a ela não deve ser entendida apenas como uma máquina para registrar e agregar preferências individuais, como se fosse apenas o equivalente político do mercado. A democracia é, entre outras coisas, um procedimento para criar o novo. É a forma institucional e coletiva da imaginação. É a ordem que, ao reconhecer a imperfeição de todas as ordens históricas que podem existir no mundo, providencia os meios para sua própria correção. (UNGER, 2011, p. 70).

Para o filósofo, a ideia de fazer algo novo na democracia não deve se dar por mania de novidades, mas por entendê-la permeada por vínculos entre três interesses humanos – o de fortalecer as capacitações, os interesses em enfraquecer divisões sociais e os interesses espirituais e práticos em participar do mundo sem render-se a este.

Neste momento, interessa à tese analisar o lugar do Direito como regulador de conflitos (GRAU, 2005) no campo da comunicação política. Para um entendimento mais aprofundado sobre o lugar da regulamentação, é necessário compreender as mudanças no campo da legislação eleitoral que revelam muito sobre o papel da comunicação na política. Afinal, como deliberam Panke, Mila e Arante (2020), não há política sem comunicação.

### **4.3 O olhar para os meios**

O interesse deste segmento para a tese não é aprofundar os tópicos de regulamentação de propaganda eleitoral, mas perceber como a função de regulamentação do Tribunal Superior Eleitoral despertou atenção para as modalidades de comunicação que serão fundamentais para o próximo capítulo, o de análise.

Partimos do entendimento de que cada tempo requer um tipo de regulamentação dentro de parâmetros históricos e nas maneiras de se relacionar. Assim, as deliberações condicionam atores e práticas das campanhas, determinando quais as condutas que podem ser punidas, como será a responsabilização dentro do jogo eleitoral (CRUZ, 2020). Essas regras são função do Direito Eleitoral, que as delibera junto aos procedimentos para viabilizar a realização das eleições. Cabe a este campo do conhecimento, também, estudar procedimentos para organizar e disciplinar o funcionamento do voto para uma equação entre vontade do povo e atividade governamental (RIBEIRO, 1976).

Responsável, também, pela governança eleitoral no Brasil, a Justiça eleitoral contempla quatro funções que são incomuns ao ordenamento jurídico brasileiro<sup>40</sup>. Dentre as funções, está a de elaborar normas que vão guiar as deliberações que dão as balizas para o processo eleitoral, incluindo a propaganda eleitoral, relacionadas à construção e ao compartilhamento de conteúdo nos meios de comunicação.

---

<sup>40</sup> As funções são: administrativa, que reúne a função burocrática para viabilizar os pleitos; regulamentar, pois elabora normas que vão guiar as deliberações que dão as balizas para o processo eleitoral; consultiva, recebe consultas de legitimados e emite interpretações jurídicas não apenas prévias como demandas judiciais e jurisdicional, uma vez que julga as demandas das questões eleitoral que são judicializadas no intuito de proteger a legitimidade das eleições (CRUZ, 2020).

A propaganda eleitoral colabora para captar votos a partir da divulgação de propostas no momento autorizado por lei, com o objetivo de conquistar cargos (CÂNDIDO, 2006) é uma ferramenta poderosa para conquistar adesão dos cidadãos, mesmo podendo tomar acontecimentos falsos como verdadeiros. É considerada um direito do eleitor porque dá a ele o direito de conhecer o perfil dos candidatos (NEVES, 2019). Por isso, a legislação eleitoral optou por proceder à sua regulação “[...] em suas minudências, de modo que possa ser realizada de maneira paritária a todos os candidatos, na tentativa de evitar o abuso do poder econômico” (VELLOSO; AGRA, 2009, p. 38).

O art. 36 da Lei Eleitoral permite que a propaganda comece a ser realizada a partir de 6 de julho do ano da eleição. “A propaganda eleitoral tem suas diversas formas regulamentadas pela legislação eleitoral. Essa regulamentação visa, primordialmente, impedir o abuso do poder econômico e político e preservar a igualdade entre os candidatos” (PROPAGANDA..., 2012, s.p.).

Foi no Código Eleitoral de 1950 que houve referência expressa à propaganda eleitoral. Na época, havia alusão ao rádio, que deveria reservar duas horas diárias para a propaganda eleitoral, que era paga mediante tabela de preços únicos. “As estações de rádio não eram obrigadas a aceitar a divulgação de todo e qualquer candidato” (CASTANHO, 2014, p. 198).

Numa ampla retrospectiva sobre a legislação, doze anos depois, surge a Lei n. 4.415, de 24 de setembro de 1964, que delimitou em 60 dias e 48 horas a propaganda política gratuita. Esta se instalava independentemente da propaganda paga. No primeiro Código Eleitoral do regime de 1964, garantiu-se o acesso mensal aos partidos ao rádio e à televisão, mesmo diante de um cenário que não colaborava com a participação partidária. Somente em 1974, a Lei Etelvino Alves encerrou a propaganda paga em rádio e TV, mas limitou apenas a imprensa escrita, em colunas que traziam o nome, número e currículo (CASTANHO, 2014).

A situação fica ainda mais restrita com a Lei Falcão, de 1976, vigente durante o regime militar, que só dava espaço para que os candidatos mostrassem currículo, fotos e plataformas na televisão e no rádio. “Introduzindo limitações drásticas ao limite da propaganda eleitoral, no país, com a intenção de obter uma vitória na ARENA nas eleições de 1976 e impedir o debate político nos meios de comunicação” (CASTANHO, 2014, p. 200).

Com o avançar o tempo, a regulamentação da propaganda passou a privilegiar a distribuição de folhetos, fixação de adesivos, o tamanho de metros quadrados das faixas (Lei n. 9.504/97, art. 37, § 2º), a disposição de cavaletes, bonecos e cartazes (Lei n. 9.504/97, art.

37, § 6º), o uso de alto-falantes e o horário permitido para instalação do som (Lei n. 9.504/97, art. 39, § 3º), a confecção de brindes.

O tempo mudou hábitos, e a regulamentação precisou mudar também. Ao sabor do contexto, os brasileiros privilegiam os meios de comunicação. O rádio e a televisão monopolizaram por décadas as formas de se ter acesso à informação e às campanhas políticas e, por isto, a legislação eleitoral era voltada para estes meios. Na televisão, havia um modo de produção, com estratégias específicas dentro de uma lógica mediada pelo *marketing* dentro do controle de uma comunicação unilateral, advinda de um meio para chegar a um público amplo e diverso.

Mesmo ainda sendo um dos países do mundo em que a televisão é um meio de comunicação importante, hoje existem pelo menos 134 milhões de brasileiros conectados (VALENTE, 2020), segundo pesquisa do Centro Regional para o Desenvolvimento de Estudos sobre a Sociedade da Informação (Cetic.br), vinculado ao Comitê Gestor da Internet no Brasil<sup>41</sup>.

O relatório Digital News, do Instituto Reuters para o Estudo do Jornalismo da Universidade de Oxford, mostrou que mais da metade dos entrevistados apresentavam preocupação com o que é real ou falso em 2018. O Brasil ganhou destaque na pesquisa: 85% dos entrevistados relataram preocupação relativamente à desinformação. No relatório de 2020, mostrou-se uma mudança paradigmática no consumo de mídia. Pela primeira vez, desde o monitoramento, as mídias sociais superaram a televisão em termos de consumo de mídia para notícias.

Com o desenvolvimento das tecnologias de informação e comunicação e a democratização de acesso a aparelhos celulares e a dados, o protagonismo da radiodifusão foi entrando em declínio e ampliou-se a relevância da internet. As TIC começaram a dominar o cenário da propaganda política no final das primeiras décadas dos anos 2000. Novos formatos, estratégias e fenômenos, como as *fake news* “[...] e suas relações com a tutela de direitos fundamentais e as regras do jogo democrático” (CRUZ *et al.*, 2019, p. 8).

Foi então necessário pensar em regulamentações que voltassem a atenção para as redes e enfrentar o direito eleitoral na era digital. Temas como a propaganda eleitoral, a remoção de conteúdo, a responsabilização por dados gerados por conteúdo publicado na

---

<sup>41</sup> Do total de usuários, 99% utilizam-se de *smartphones* para se conectar, seguido de 42% de computadores; 90% acessam internet todos os dias e o recurso mais utilizado é o envio de mensagens por Whatsapp, Skype ou Facebook Message (92%), seguido de uso de redes sociais, como Facebook ou Sapchat (76%), chamadas de vídeo por Skype ou Whatsapp (73%), além de envio de *e-mails* (58%).

internet, o direito de resposta, o uso de robôs, a utilização de dados pessoais e a autorregulação das plataformas de internet começaram a ganhar cada vez mais destaque.

#### 4.4 O ambiente digital

A mídia digital já faz parte do debate político desde o século passado, despertando atenção dos legisladores para a regulação da campanha eleitoral praticada na internet. Afinal, é típico das propagandas partirem para os lugares onde há uma agitação informativa. Tal aconteceu com a internet, que ganhou cada vez mais usuários, mesmo ainda com uma grande massa de excluídos digitais. Assim, despertou-se uma preocupação com o impacto da rede nos processos político-eleitorais no mundo (CRUZ *et al.*, 2018).

Estudos brasileiros direcionados para relação da política com a mídia foram inaugurados em 1989. Era a então eleição do presidente Fernando Collor de Melo, que trabalhou caricatamente com a midiatização da política na disputa eleitoral (BIROLI; MIGUEL, 2013), mas o cenário ficou mais consistente na segunda metade dos anos 2010. Se, em 2013, pareciam amorfas, em 2014 e 2016, ganharam força. “Nas eleições de 2018, por sua vez, não havia mais porta, e o público que antes estava na arquibancada começou a de fato jogar o jogo da comunicação política, sem se importar se isso estava nas regras ou não” (CRUZ *et al.*, 2019, p. 18).

Desde o início dos anos 2000, a regulação das campanhas na internet virou tema do Direito Eleitoral. As críticas à forma como este processo aconteceu entendem que sucedeu tardia e descompassada, e não abarcou aspectos relevantes em relação às ferramentas utilizadas. Em 2002, expediu-se Resolução n. 20.988, que estabelece à internet as mesmas restrições deliberadas à programação normal do rádio e da televisão, além de vedação a qualquer tipo de propaganda em página de provedores de acesso à internet, em qualquer período.

O emprego da internet começou a ser desenhado desde uso de *e-mails* em 2005. Naquela época, a preocupação gravitava ao redor de *spams* com teor de boatos. Dez anos depois, eram os fóruns de internet que dominavam debates (CRUZ *et al.*, 2019). Somente em 2013 começou a se projetar o momento que culmina com 2018. Foi quando a militância migrou com muito vigor para a internet. As eleições presidenciais de 2014, além de se caracterizarem pela produção e disseminação de micronarrativas, Aécio Neves e Dilma Rousseff ganharam bases de polarização. Ao analisar o percurso de formação das campanhas *online*, Aggio (2010, p. 427) destaca:

Se em um primeiro momento as campanhas empreendidas por candidatos e partidos chamavam a atenção sobre os potenciais efeitos dos *web sites* nas intenções de voto do eleitorado e nos possíveis diferenciais em comparação aos modos tradicionais de campanha, no início do século XXI as questões se expandem sobre possíveis mudanças na configuração dos padrões de disputa eleitoral, do provimento de informações sem a interferências dos filtros noticiosos e nos diferentes padrões de estilo e sofisticação de campanhas a depender do tipo de cargo em disputa.

Documento elaborado pelo InternetLab (CRUZ *et al.*, 2019) mostra que o crescimento do uso da internet mudou a maneira como as campanhas políticas foram configuradas. Um dos aspectos é a forma como a arquitetura aberta da internet que criou espaço para novos atores e reformulando o papel da audiência, afinal, conforme já estudado, o usuário não demanda mais de um jornalista para fazer a mediação de conteúdos. Esta mediação passou das organizações de mídia para a arquitetura das plataformas.

Outro aspecto destacado está nos processos de polarização e política social. “Na convergência desses fatores observou-se a emergência de fenômenos complexos caracterizados comumente sob o título de *fake news*” (CRUZ *et al.*, 2019, p. 5). As diferentes dinâmicas de comunicação em rede desdobram-se no surgimento não só de novos formatos de campanha, mas também de outras técnicas de *marketing* político digital. O que, segundo o relatório, causou uma crise no modelo regulatório eleitoral, afinal, trouxe componentes que tinham regulação ainda incipiente.

Morais e Festugato (2020) explicam que o ideal de ampliar participação e o esclarecimento dos eleitores a utilização da internet nas campanhas foi prevista de modo específico a partir das eleições de 2010. Novos dispositivos foram acrescentados em 2013 e 2017 com o intuito de “[...] fornecer tutela jurídica a uma possível condenação de comportamento político na internet durante o período eleitoral” (MORAIS; FESTUGATO, 2020, p. 109). Desde então, até 2017, aconteceram cinco reformas eleitorais para lidar com campanha na internet<sup>42</sup>. Essa reforma provocou avanços no campo das publicações falsas, proibindo a veiculação de conteúdo eleitoral mediante cadastro de internet com a intenção de falsear identidade (RAIS, 2018).

A Resolução n. 23.551/2017 disciplinou sobre a livre manifestação do pensamento do eleitor, ressaltando uma limitação possível quando o usuário manifestar

---

<sup>42</sup>A evolução normativa pode ser avaliada desde 2009, quando iniciaram as reformas em leis eleitorais para lidar com a questão: que vai desde a obrigação de prestar contas pela internet (Lei 11300/2006); a autorização e regulamentação da propaganda eleitoral e instituição de crime de contratação de pessoas para ataques na rede e a remoção dos mesmos (Lei 12891/2013); estabelecimento de prazo específico para campanhas eleitorais na internet, obrigação dos gastos na rede e modificação de prazos para remoção de conteúdo (Lei 13165/2015) além de autorizar e criar regras para propaganda paga na internet, autorização de financiamento coletivo via internet e autorização pra a Justiça Eleitoral suspender conteúdo ilícito temporariamente (Lei nº 13.488/2017).

ofensa à honra de terceiro ou divulgação de fatos que saiba inverídico. A forma de olhar o problema das *fake news* dentro do campo eleitoral encontra-se quando ocorrem dano e dolo. Ante uma ofensa ou fato criminoso, pode-se entender como calúnia ou injúria eleitoral, inclusive sendo possível deliberar retirada de conteúdo (RAIS, 2018).

Horbach (2019, p. 52) revela que o candidato prejudicado em razão de sua honra poder ser protegido por direito de resposta em face de informação falsa caracteriza uma maneira, inclusive, de sustentar o contraditório: “Além de estabelecer o contraditório, se trata de uma busca pela informação correta, dando espaço para a revisão de informações inverídicas ou difamatórias”.

O autor analisa, entretanto, que este mecanismo não se impõe como justificativa para proteger o cidadão contra desinformação e justifica este argumento diante da morosidade na efetivação do direito, da dependência da decisão judicial e ante a liberdade expressão. E acrescenta: “A velocidade para o deferimento do direito fundamental a resposta é extremamente inferior a velocidade com que as notícias são compartilhadas na rede de internet” (HORBACH, 2019, p. 56).

Ao analisar a dicotomia entre liberdade de expressão e direito à honra, Branquinho (2019, p. 84) considera que é uma equação difícil de solucionar no âmbito eleitoral, quando se deve ponderar ainda mais a liberdade de expressão “[...] para que o eleitor possa ter plena consciência de qual é o pensamento, a forma de conduta, de postura, com maior transparência possível daqueles que estão se submetendo ao pleito eleitoral”. Acrescenta que já existe previsão constitucional de que a punição deve ser *a posteriori*. O que deve ser observado de forma veemente pela ótica eleitoral. E acrescenta o problema do estabelecimento da autoria:

Nesse modelo de hoje, impessoal, numa forma de divulgação de informações que não se sabe a origem, quem fez, como surgiu, se foi no nosso país, se foi no estrangeiro, em que parte do mundo, como que iniciou esse tipo de informação, dificilmente vai se conformar num modelo de Direito Penal, em que nós temos que fazer a individualização da conduta e mostrar quem fez e por que praticou aquele ato. (BRANQUINHO, 2019, p. 85).

Assim, se já é desafiador deliberar autoria no modelo tradicional, fica ainda mais insondável no modelo de difusão de informações quando não se consegue deliberar qual a origem. Neves (2019) lembra que a falsidade já foi tratada como crime, desde 1950, referindo-se a fatos inverídicos ou injuriosos no conteúdo da propaganda capaz de influenciar o eleitorado. Questões trazidas ainda pelo Código Eleitoral n. 4.737/1965 ganharam releituras para se adaptarem ao campo digital. Ao longo dos últimos anos, além das reformas, houve



uma releitura atualizadora de crimes eleitorais que causam impacto neste terreno. Na divulgação de fatos sabidamente inverídicos sobre candidatos ou partidos para influenciar o eleitorado, com a publicação de *fake news*, os provedores podem ser obrigados a retirar os *sites* do ar e fornecer dados dos responsáveis.

Faustino (2019, posição 1774) ressalta que, antes mesmo do Marco Civil, a Lei n. 12.034/2009, que alterou o Código Eleitoral e a Lei de Partidos Políticos, previa “[...] a possibilidade de remoção de conteúdo de provedores de internet por ordem fundamentada, evitando-se censura ou cerceamento de direitos e liberdades, ordem da Justiça Eleitoral”. Previa também a responsabilização do provedor pela divulgação desse material em casos especificados na lei. Faustino (2019, posição 1779) lembra que “[...] o Marco Civil deliberou que a regra é a remoção por meio de ordem judicial específica, conforme o preceituado em seu artigo 19”. O autor destaca que outro sistema realiza-se pelo sistema NAT, “[...] nos casos que envolvam violação da intimidade com a divulgação de imagens, vídeos ou outro material contendo cenas de nudez ou atos sexuais de caráter privado, previsto no artigo 21 do Marco Civil” (FAUSTINO, 2019, posição 1779).

Para as eleições de 2018, o Tribunal Superior Eleitoral publicou a Resolução n. 23.551/2017, que dispunha “[...] sobre a propaganda eleitoral e utilização do horário eleitoral gratuito” (BRASIL, 2017/[2018b], s.p.). O § 1º do art. 22 ressaltava que a liberdade de expressão do eleitor só “[...] é passível de limitação diante de ofensa à honra de terceiros ou divulgação de fatos sabidamente inverídicos”. Vedava-se ainda a contratação de impulsionamento de propaganda eleitoral para aumentar a visualização nas plataformas. Esta matéria enfrentaremos no módulo seguinte.

Rais, Fernandes Neto e Cidrão (2020) destacam que resolução foi destinada à regulamentação das eleições de 2018 do TSE e que, junto ao teor Marco Civil da Internet<sup>43</sup>, foi garantida a livre manifestação do eleitor identificável ou identificado. O objetivo não é apenas de controlar os excessos, limitados os casos de ofensas a honra ou fatos sabidamente inverídicos. E destacam:

---

<sup>43</sup> No caso do Marco Civil da Internet, destacam-se as regras de responsabilização dos provedores por conteúdo postado por terceiros na rede, casos de remoção de conteúdo postado, relacionadas a coleta, uso e tratamento de dados pessoais e o princípio de neutralidade na rede para evitar a discriminação de tráfego por parte de provedores de acesso à internet. “O próprio Marco Civil consagra a liberdade de expressão como um princípio estruturante do uso da internet no Brasil e não contém qualquer previsão específica quanto à possibilidade de remoção de conteúdo político-eleitoral. Portanto, essa Lei também não pode ser interpretada como um instrumento claro e taxativo, autorizador das ordens de remoção de conteúdo para combater a desinformação no âmbito eleitoral” (BARROSO, 2018, p. 42).

As medidas legais, entretanto, não têm sido suficientemente eficazes na proteção da veracidade da informação postada na internet em razão do grande volume de dados postados, e ao dinamismo do caráter *online*. Essa ineficácia deu azo ao aparecimento das chamadas *fake news*. A democratização da internet (e também da informação) tem todo o potencial para estimular o debate eleitoral democrático.

O que poderia, então, ser considerado um fato sabidamente inverídico? Algo que estaria no campo do que não é controverso, devendo apresentar proximidade com a verdade factual ou histórica (GOMES, 2018) ou inverdade flagrante que não apresente controvérsia. Na deliberação jurisprudencial, decidiu-se que: “[...] é aquilo que não necessita de maior pesquisa do homem médio. Olha e verifica que é um fato inverídico- eu não tenho que saber se o fato é verdadeiro ou não; e evidente que é falso” (NEVES, 2019, p. 41).

É justamente o fato sabidamente inverídico que irá ensejar o direito de resposta<sup>44</sup>. A jurisdição eleitoral, sistematicamente, enfrenta a questão e sempre firma o caminho de privilegiar a livre manifestação de pensamento, desde que não haja ofensa à honra ou fatos sabidamente indevidos.

Já jurisprudência eleitoral sedimentada a partir da interpretação do que seria um fato sabidamente inverídico no universo das eleições, especialmente a partir da cadeia decisória historicamente consolidada no âmbito do Tribunal Superior Eleitoral, é no sentido de que a expressão em voga, ao devido reconhecimento, demandará sempre a veiculação de uma inverdade flagrante, que não apresente controvérsias; mas, mais do que isso, demandará igualmente que a flagrante inverdade precitada abarque tons de ofensa pessoal, seja ao candidato, ao partido ou a coligação. (BARCELOS, 2019, p. 80).

Demanda-se que o direito de resposta não seja usado para processar narrativas que apenas desenhem críticas ou oposição ao pensamento. Afinal, o direito à liberdade de expressão é fundante da democracia, ainda mais em período como o eleitoral. Castanho (2014) alerta para o fato de que as regras da lei eleitoral relativas à liberdade de expressão são rígidas.

Os candidatos são proibidos de praticar injúria ou calúnia contra outros competidores – uma limitação que se relaciona com o interesse público devido ao fato de que atos e condutas dos que disputam o poder é de interesse de todos. “A lei eleitoral prevê limites que objetivam evitar crimes contra a honra ou a imagem, ou a outros abusos e excessos infundados, os quais, dada a facilidade de serem difundidos, podem causar danos irreversíveis ao candidato e influenciar a opinião pública” (CASTANHO, 2014, p. 107).

Acrescentemos que fabricação profissional de *fake news* sobre políticos causa danos graves e evidentes à democracia. “De acordo com algumas das evidências

<sup>44</sup> Prevista no art. 58 da Lei n. 9.504/97 (Lei Geral das Eleições) e no art. 323 do Código Eleitoral brasileiro.

mencionadas, as *fake news* não só podem contribuir com a polarização política de uma sociedade, como aumentar um sentimento de intolerância e frustrar o processo eleitoral” (MACEDO JUNIOR, 2020, p. 496).

A partir do momento em que entra o *marketing* político na cultura digital, aparecem os riscos da apresentação de políticos “[...] medíocres e venais, viabilizando aventuras populistas fundadas em achques, difamações e teorias conspiratórias apresentadas sob a forma de jornalismo” (FARIA, 2020, p. 128). Além disso, diante de um grande volume de informações difíceis de serem checadas, o entendimento e a capacidade avaliação da realidade política podem ser prejudicados. E então pergunta: “Como evitar que processos democráticos complexos cedam lugar para a espetacularização da política e para embates e polarizações baseadas em contraposições simplistas e maniqueístas?” (FARIA, 2020, p. 148). Não seria, responde, o regramento, não há mais necessidade de burocracia nem regra, mas o acesso à educação dos cidadãos.

Faria (2020) destaca, ainda, que a dinâmica política exige opinião pública num campo que implica participação no conflito, negociação, e tudo gira em torno da liberdade. Entende que a internet estimula todo tipo de devaneio político e exerce impacto considerável no espaço público da palavra. Recorda que Lessing (2006) deliberou quatro tipos de restrição à informação global: o direito, o mercado, as normas e a arquitetura da internet.

Foi Lessing (2006) que cunhou a expressão “código é lei”, entendendo que a constituição da internet, o seu código, é o *software*, o *hardware* e sua arquitetura. Este é que regula o comportamento dos usuários e os aspectos da vida.

A arquitetura da Internet era bastante livre no seu começo, ou pelo menos preservava a liberdade muito bem. Acontece que essa liberdade original está mudando, e o ciberespaço está se tornando um espaço muito menos livre do que no passado. O que está causando isso é primordialmente o interesse comum do governo e do comércio em fazer do ciberespaço um lugar onde é mais fácil rastrear as pessoas, monitorar seu comportamento – e a preocupação que tenho está em torno de como serão essas mudanças. (MAISONNAVE; LOUZANO, 2020, s.p.).

No campo eleitoral, parece não haver mais necessidade de se dever controlar ainda mais a informação, porque ela é que deve ser um instrumento de controle dos governos. Há ainda jurisdicionalização. Valente (2020) relembra pesquisa de 2016 realizada pelo InternetLab, que mostrou como boa parte dos processos judiciais relacionados ao conteúdo de humor na internet foram movidos por políticos. “O risco de se fazer valer de processos judiciais e iniciativas legislativas para censurar opiniões dissonantes é alto e merece preocupação” (VALENTE, 2020, p. 251). Para a autora, a cultura democrática está além da

governança e inclui a participação democrática em uma sociedade democratizada. Lembra que o Estado não precisa agir a todo instante para silenciar posições políticas, porque os próprios ataques virtuais por parte dos usuários podem cumprir este papel.

Os termos de uso das plataformas também fazem parte do conjunto normativo atinente à liberdade de expressão e à desinformação. Facebook<sup>45</sup>, Instagram<sup>46</sup>, WhatsApp<sup>47</sup>, YouTube<sup>48</sup> e Twitter<sup>49</sup> dispõem de regras com limites diferentes e aplicações distintas. Estudo do Intervozes (BARBOSA; MARTINS; VALENTE, 2020) mostrou que, mesmo diante de avanços, as redes não apresentam políticas nem processos estruturados sobre o assunto nos termos de uso. Não há uma conceituação unificada sobre desinformação, o que pode provocar decisões unilaterais pouco transparentes.

Nenhuma possui estrutura para abordar a questão nem exhibe os critérios de uso de pessoas naturais na análise ou de moderadores de conteúdo. Diante de um conteúdo verificado, ele é marcado, mas pesquisas já mostraram que, em vez de afastar, atraem ainda mais atenção para o conteúdo. Estudos mencionados na pesquisa apontam uma redução na

---

<sup>45</sup> Segundo o estudo do Intervozes (BARBOSA; MARTINS; VALENTE, 2020), não tem política específica de desinformação, mesmo tendo criado um Conselho de Supervisão de Conteúdo por membros externos à empresa. Apesar de encaminhar conteúdo para agências de checagem para serem classificados, não declarações de políticos. Remove casos de desinformação causadores de violência, dano ou que comprometam processos eleitorais e reduz circulação de contas caça-cliques. Possui, ainda, biblioteca com anúncios pagos com informações para pesquisa.

<sup>46</sup> O estudo mostra que a rede segue a linha do Facebook, não possuindo estrutura institucional ou processos específicos para tratar do problema. Se um conteúdo for considerado falso, exhibe um filtro cinza sobre imagem e alerta o usuário, oferece textos de contraditório feito por verificadores. Remove contas falsas e derruba contas ou redes com comportamento inautêntico (BARBOSA; MARTINS; VALENTE, 2020).

<sup>47</sup> Na análise de Barbosa, Martins e Valente (2020), há uma contradição no fato de o WhatsApp se dizer plataforma de mensagens privadas criptografadas quando oferece grupos e listas de transmissão que acabam com que funcione como rede social. Também não dispõe de estrutura para lidar com desinformação. Buscou reduzir a circulação de mensagens limitando o encaminhamento (inclusive, a partir da pandemia, a redução chegou a ser de um contato para dez), oferece uma lupa em mensagens muito encaminhadas que leva o usuário ao Google para buscar mais informações e usa ferramentas para retirar mensagens automatizadas em massa, além de banir contas com comportamentos inadequados. O estudo critica a falta de transparência quando às práticas e lembra do convênio com o TSE para denúncia de disparo em massa e a criação de *chatbot* para troca de informações eleitorais, que será estudado no último capítulo desta tese.

<sup>48</sup> Conforme o Barbosa, Martins e Valente (2020), Youtube também não possui política específica, mas existem restrições em diferentes políticas. Fazem remoção de conteúdos inapropriados a partir de análise interna e de conteúdos que violam as diretrizes reduzindo alcance nos casos de desinformação danosa não os recomendando. Proíbe vídeos editados ou adulterados e canais que falseiam identidade. Dispõem de grupo de análise de ameaça para identificar as desinformações patrocinadas por governos, de política contra spam, envolvimento falso e restringe acessos por meio automatizado além de exibirem painéis com informações e dados de contexto que levam a canais, como de jornalismo.

<sup>49</sup> Assim como nos demais, o Twitter não tem definição específica sobre desinformação. O estudo ressalta que a rede proíbe o uso de robôs manipuladores; remove, reduz visibilidade e marca mídias manipuladas oferecendo link e com mais explicações; proíbe anúncios pagos de políticos e de veículos estatais nem conteúdos que possam enganar sobre locais de votação. No caso de líderes globais produzirem desinformação, o post fica no ar, mas não é possível interagir com ele. Por fim, divulga arquivos de posts de atividades apoiadas por governos (BARBOSA; MARTINS; VALENTE, 2020).

velocidade na disseminação de desinformações, mas a limitação do alcance não impede a permanência da circulação.

Do ponto de vista da informação sobre como lida com conteúdos desinformativos, chamou atenção a baixa transparência das plataformas. As medidas existentes não são apresentadas de forma organizada e boa parte do trabalho da presente pesquisa foi exatamente a busca e a organização de informações dispersas em notícias nos sites oficiais e em sites de “ajuda” ou FAQ de cada uma das empresas. A ausência de reconhecimento da gravidade do problema e da implicação das plataformas no seu enfrentamento acaba significando empecilhos para que a comunicação com os usuários sobre o tema seja efetiva. Porém, o elemento mais problemático em termos de transparência talvez seja a ausência de balanço das ações propagandeadas. Mais uma vez, as informações são escassas e dispersas, de maneira que a aferição da concretude das ações fica restrita às alegações das empresas, aproximando-se mais de promessas não comprováveis. (BARBOSA; MARTINS; VALENTE, 2020, p. 11).

O estudo então concluiu que ainda há necessidade de organização, transparência e avaliação das redes, o que demanda revisão não só na estrutura, mas também no modelo de negócios das empresas. “Sob pena de seguirem oferecendo remédios incapazes de interromper uma forma de comunicação que hoje se converteu em um dos principais desafios às democracias em todo o mundo” (BARBOSA; MARTINS; VALENTE, 2020, p. 11).

A jurisprudência do Tribunal Constitucional Federal da Alemanha, ao relacionar o direito à liberdade de expressão com a democracia, destacou que o direito fundamental constitui ordem democrática livre, garantia do debate intelectual por meio do livre confronto de ideias e interesses vitais para o funcionamento da ordem estatal. Para se formar uma opinião pública, é necessário assegurar o pluralismo e o antagonismo de opiniões diversas, apresentadas num ambiente de liberdade de discurso e réplica (SCHWABE, 2005).

Neste debate público, mesmo que digital, as dinâmicas da comunicação possibilitam não só aplicação de ideias novas, mas também dão mais visibilidade e abertura para a crítica (MACHADO, 2005). Diversos são os incisos<sup>50</sup> da Constituição Federal que preveem a liberdade de expressão e comunicação. Michelman (2007, p. 52) avalia que a relação entre a liberdade de expressão e a democracia pode ter um viés positivo, quando favorece; negativo, quando se trata da liberdade de expressão com hostilidade ou suspeição, ou indiferente: “[...] quando o apoio à democracia nada nos diz sobre a necessidade da liberdade de expressão ou mesmo sobre se ela é desejável”.

Ao analisar o embate entre a liberdade de expressão e os direitos de personalidade, Barroso (2007) indica que o equacionamento de problemas sob o olhar

---

<sup>50</sup> Incisos IV, V, IX, XII, XIV, do artigo 5º, combinados com os artigos 220 a 224 da Constituição Federal.

constitucional demanda da ponderação de valores, da discricionariedade judicial, além da teoria de argumentação. Adianta, porém, ser imprescindível levar em consideração a presunção de interesse público ante a livre circulação de ideias a menos que diante de uma situação que demande maior proteção.

Naturalmente que o jogo político é um jogo argumentativo e se privilegiará a liberdade de expressão. A ideia é apenas coibir campanha negativa. Lembra-se que aquele que se coloca à disposição de um cargo público fica mais sujeito a críticas, mas estas nem sempre caracterizam injúria ou difamação (CONEGLIAN, 2004).

Na busca pela consolidação democrática, essa liberdade de expressão do eleitor se expande para além dos limites do tempo dentro da narrativa fundada na linguagem dialógica e na interação cocriadora. São as liberdades informativas que, inclusive, forjam a identidade política. “Tal identidade, consolidada na forma da democracia, implica um sistema de produção e distribuição da visibilidade simbólica dos acontecimentos e ações dos sujeitos sociais” (PINCER, 2010, p. 19).

Medina (2003) defende a necessidade de uma mediação de significados no campo virtual para a produção de panoramas minimamente coerentes e rigorosos com a informação sobre as tendências da contemporaneidade, especialmente quanto a polifonia ou a polissemia. “Para atingir a sutileza das relações complexas, é preciso sacudir a racionalidade esquemática, uma tentação atávica no cotidiano da ação ou na elaboração dos discursos”.

Além da tensão entre direitos, há um outro tipo de problema: a questão temporal. Por isso, o processo judicial eleitoral tem outra peculiaridade: é mais célere do que o da justiça comum e é devotado a proteger a paridade de armas em ritmo de campanha. Destaquemos o fato de que o período de permissão de campanha no Brasil dura, em média, três meses. Assim, o tempo torna-se crucial, justamente porque a demora pode prejudicar as premissas apresentadas. Cruz (2020) destaca três aspectos relacionados à temporalidade: o processo eleitoral não criminal tem prazos contínuos, transcorrendo, inclusive, em dias não úteis; as ações que versam sobre propaganda irregular devem ser protocoladas até o dia da eleição e guardam prazos curtos, e a tutela antecipada ganha ainda mais importância por basear-se numa maior celeridade.

#### **4.5 A publicidade, o impulsionamento e o controle de conteúdo**

O compartilhamento de conteúdo por meio do *marketing* político digital possibilita não apenas atingir-se um público gigantesco, mas as técnicas atreladas à digital

permitem que as mensagens sejam adequadas a cada tipo de público. É o chamado *microtargeting*, realizado com base na coleta de dados dos eleitores, dos rastros<sup>51</sup> deixados nas redes ou investigados por especialistas (GUEDES, 2020).

Mello (2020, posição 1626) expressa que a maioria das pessoas desconhece a manipulação por campanhas políticas e de *marketing* na internet – “[...] muito pouco do que ocorre hoje nas redes, seja um vídeo viral, uma hashtag, uma foto, é espontâneo. As vozes artificiais são determinantes para que alguma coisa ganhe atenção on-line. Basta observar os resultados de eleições recentes ao redor do mundo”.

Aqui entra uma questão relevante: o uso de dados pessoais e a forma como são coletados, armazenados e utilizados. Isso ocorreu especialmente no caso da Cambridge Analytica, que utilizou dados extraídos de teste psicológico disponível no Facebook, como informações para alimentar o *marketing* político e atuou na eleição estadunidense e no Brexit, como ressaltamos anteriormente.

Souza (2020) destaca que, em 2018, entrou em vigor o General Data Protection Regulation, GDPR, que regulamenta a proteção de dados pessoais na Europa e trata do direito ao esquecimento. O autor lembra que o tema foi destacado depois de uma decisão do Tribunal de Justiça da União Europeia, que reconheceu aos indivíduos excluir dados de pesquisas em mecanismos de busca pela internet.

Estamos cada vez mais acostumados com a ideia de que o celular faz um jogo duplo: por um lado, ele é um parceiro que torna as tarefas do dia a dia mais fáceis, mas, por outro, é um espião entregando nossos dados de mão beijada para um sem-número de empresas. (SOUZA, 2020, posição 1698).

Sobre a mesma regulamentação, Guedes (2020, s.p.) acrescenta que inclui a previsão de instrumentos para lidar com a utilização ilícita de dados no campo eleitoral:

Ainda, quando a finalidade da utilização do microdirecionamento estiver relacionada com o processo democrático, como é o caso do uso em campanhas eleitorais, justifica-se a exigência de um alto padrão de transparência por todos os participantes. Assim, partidos políticos, fundações, organizações de campanha e todos os envolvidos em processos eleitorais devem garantir práticas transparentes em suas comunicações políticas com os cidadãos, de forma a garantir um ambiente confiável e não distorcido por práticas desleais.

---

<sup>51</sup> “Estudos realizados por pesquisadores da Universidade de Cambridge mostram que, a partir da análise das ‘curtidas’ (*likes*) do Facebook, é possível chegar a conclusões sobre a personalidade de um indivíduo. Uma média de 68 likes já é suficiente para determinar a cor de pele dos usuários, sua orientação sexual e afiliação a partido político, com precisão de, respectivamente, 95%, 88% e 95%, além de ser possível também, por exemplo, prever a afiliação religiosa e a quantidade de consumo de álcool e drogas” (GUEDES, 2020, s.p.).

Souza (2020) reforça a ideia de que a internet não acabou com os intermediários. A partir da grande quantidade de *sites* e aplicações nos anos de 1990, com a chamada *web 2.0*, ampliou-se a voz dos usuários. “Somos a geração plataforma”, descreve Souza (2020). As métricas têm imperado nas campanhas políticas com algoritmos de aprendizagem que podem acessar registros para deliberar quais são os discursos mais assertivos, as imagens e cores para afetar de modo eficaz o eleitor ou microssegmentos do eleitorado (SILVEIRA, 2019).

Ante todas as complexidades de *microtargeting*, de uso de dados, de direcionamento de conteúdo, o Código Eleitoral proíbe a criação de meios, de maneira artificial, para interferir na opinião pública, dos estados mentais e emocionais. Uma premissa pensada em 1965 será que responde aos efeitos dos anos 2000?

Sabe-se que ambiente *on-line* é um grande disseminador de dados do público. O uso das informações coletadas pelo ambiente virtual serve para produção de teor que vá estimular não apenas a polarização, mas também encontrar todas as especificidades dos perfis para atender ao intuito requerido pela mensagem. Caldas, C., e Caldas, P. (2019, s.p.) acrescentam que o direcionamento é granulado, conseguindo um amplo grau de precisão e penetração: “Finalmente, some-se a isso a possível utilização de dados de usuários para fins políticos e eleitorais sem que estes tenham ciência dos objetivos que concernem às respectivas coletas”.

Com informações tão precisas que chegam ao âmago do comportamento dos usuários, as tecnologias de informação e comunicação impulsionam a propaganda com uma eficácia pontual e precisa, potencializando o retorno de investimento. Por isso, o abuso foi sublinhado na regulamentação para o estabelecimento de parâmetros de *marketing* no convencimento (DEL PAPA, 2020).

Diversos são os olhares sobre a recepção da autonomia dos eleitores. Há os que sublinham o espírito trivial e a apatia deles, acreditando que predisposições e preconceitos advindos do entorno social seriam determinantes para a formação passiva da subjetividade (LIPPMANN, 1998). Existem os teóricos que consideram que esta elaboração acontece dentro de um complexo sistema que reúne recepção, apropriação e reelaboração nos contextos individuais (THOMPSON, 2002). E há também os que acreditam que as preferências são modificáveis e adaptáveis a fatores que incluem as regras legais as escolhas de consumo e cultura em geral (SUNSTEIN, 1991).

Haja vista o ambiente de preferências multifacetado e constituído por disputas e gerações de antagonismos, não traz conclusões reguladas e previsíveis. “O processo de produção de opiniões, das preferências e dos interesses não é individual, mas remete às



posições em uma coletividade, em redes desiguais que se estabelecem em contextos sociais concretos” (BIROLI; MIGUEL, 2013, p. 86).

Ante os conteúdos impulsionados, uma série de normas e regulamentos tenta apresentar balizas. Um deles é o financiamento restrito a partidos, candidatos e coligações, o que traz incerteza em relação a penalidade para o impulsionamento de terceiros, dentre outras questões, como destacam Cruz *et al.* (2018, p. 66, grifo nosso):

A primeira é a de que vultosos impulsionamentos voltados para influenciar o processo eleitoral não sejam tutelados pela Justiça, o que representaria uma subversão às suas regras desenhadas para o exercício da soberania popular protegida da influência do poder econômico. A segunda é de que a incerteza e o receio da primeira situação empurrem a Justiça Eleitoral a considerar irregulares impulsionamentos ilegítimos, fruto da expressão espontânea de eleitores ou da liberdade de imprensa. **Ambas as situações poderiam ser evitadas caso a jurisprudência desenvolvesse, a partir dos casos que fossem propostos, parâmetros de diferenciação entre todas as situações.**

Foi após a minirreforma política e eleitoral que as regras sobre o uso da internet foram estabelecidas. O art. 57-B delimita as maneiras como a propaganda eleitoral pode utilizar-se na internet. Permite o uso de *blogs*, redes sociais, *sites* de mensagens e instantâneas gerados por candidatos, partidos ou coligações, além de qualquer pessoa, desde que não seja contratada para impulsionar conteúdo. Neves (2019, p. 41) considera problemático o destaque a “[...] qualquer pessoa natural” porque considera lógico que o eleitor se engaje na campanha e faça propaganda: “Ele é o dono do poder; ele tem o direito de falar absolutamente o que quiser, a hora que quiser, do jeito que quiser”.

Destaque-se o parágrafo segundo do art. 57-B da referida lei, que proíbe a “[...] veiculação de conteúdos de cunho eleitoral mediante cadastro de usuário de aplicação de internet com intuito de falsear identidade”. O art. 57-C veda “[...] veiculação de propaganda eleitoral paga na internet”. Isso excetuado o impulsionamento do conteúdo, desde que identificado inequivocamente e contratado por partidos, coligações e candidatos de seus representantes. O parágrafo terceiro delibera que o impulsionamento deverá ser contrato por aplicação de internet “com a sede e foro no País, ou de sua filial, sucursal, escritório estabelecimento ou representante legalmente estabelecidos no País”.

Caldas, C., e Caldas, P. (2019, s.p.) alertam sobre dois aspectos: autorização do impulsionamento patrocinado sem restrições para utilização nas redes sociais e proibição de perfis falsos, inclusive com uso de “[...] robôs para promover interação nas redes sociais e sufocar debates”.

A redação do art. 57-D da Lei n. 9504/1997 veda o anonimato, garante direito de resposta e privilegia a manifestação de pensamento pela internet. Coube ao art. 57-F da mesma lei eliminar o prazo de 24 horas para retirar propaganda considerada irregular pela Justiça Eleitoral. A Lei n. 9.504/1997 trouxe mais tipos penais, como a realização de propaganda na internet, atribuindo autoria a terceiro de forma indevida, contratar e ser contratado para emitir mensagens ou comentários com a intenção de ofender a honra ou denegrir imagem de candidato ou partido da coligação:

O impacto destes dispositivos é múltiplo. Tem efeito no eventual uso de robôs para gerar interações falsas com propaganda eleitoral na internet e a responsabilização de movimentos políticos que mantêm relação com veículos de comunicação ou, ainda, de empresas contratadas para produção de material publicitário de campanha eleitoral atuando de maneira ilícita. (CRUZ *et al.*, 2018, p. 15).

O repertório da legislação eleitoral inclui a Lei n. 12.034/2009, que delibera sobre a propaganda política. Definida como exercício de comunicação de ideias de pessoas a partir de objetivos estratégicos, sem, necessariamente, se utilizar da racionalidade alheia para o seu convencimento (CRUZ *et al.*, 2018). Os autores alertam para o fato de que as leis que compõem o panorama normativo eleitoral não a definem, mas determinam balizas<sup>52</sup> importantes, especialmente relacionadas à antecipação da propaganda eleitoral.

Segundo Gomes (2014), a propaganda política contempla cinco<sup>53</sup> princípios: a legalidade, a liberdade, a informação, a veracidade, responsabilidade e controle judicial. Destaque-se, aqui, o da informação, inicialmente, que a estabelece como o direito de saber sobre a vida dos candidatos que têm direito a privacidade e intimidade reduzidas em razão do interesse próprio de exercer função pública. Incluem-se aqui as informações positivas e negativas para que eles possam fazer a melhor mensuração e votar consciente e corretamente.

O princípio da veracidade determina que o conteúdo utilizado na publicidade corresponda à verdade. Além de ter o objetivo de oferecer a paridade de armas, procura também primar pela preservação do voto esclarecido, que está atrelado ao direito à informação eleitoral. “Busca-se assegurar, desta forma, um cenário no qual o cidadão goze amplas possibilidades de externar suas convicções, bem como colher a maior massa

---

<sup>52</sup> O art. 7º da lei 12037/2009 permite o uso da internet até mesmo no dia da eleição. O que não se aplica ao previsto no art. 240, do Código Eleitoral que trata da propaganda em geral.

<sup>53</sup> O princípio de legalidade prevê a regulamentação por lei que deve prever as restrições, uma competência da União. O princípio da liberdade antevê a criação, desde que respeite a legalidade. O da responsabilidade prevê responsabilidade a alguém vendando o anonimato para responder por seu ato tento em vista que, além da materialidade, é necessário comprovar autoria para imposição da pena. Por fim, o controle judicial prevê o controle da Justiça Eleitoral por meio de decisões ante casos concretos e pelo poder de polícia.

possível – qualitativamente falando- de informações sobre os candidatos” (MORAIS; FESTUGATO, 2020, p. 108).

Relativamente à propaganda, portanto, não pode incidir em nenhuma proibição legal, mas segue sendo proibido caluniar, difamar ou injuriar, além de órgãos e entidades que exerçam autoridade pública. Acrescente-se que crimes contra a honra (calúnia, quando se realiza imputação falsa de crime; difamação, quando se ofende a reputação e injúria, quando se ofende a dignidade e o decoro com fins de propaganda) têm pena aumentada em um terço, quando cometidos pela internet. Prevê-se, ainda, o direito de resposta no mesmo meio em que ocorreu a ofensa. Críticos ressaltam o problema de não haver um prazo específico e certo deliberado para o direito de resposta às ofensas geradas na internet.

A lei eleitoral ainda tipifica condutas referentes a mentiras nas campanhas eleitorais, como, por exemplo, divulgação de fatos inverídicos na campanha. A preocupação do legislador seria, conforme Horbach (2019), legitimar a propaganda com uso de cautela no momento de informar o eleitor ou compartilhar notícias autênticas: “A objetividade jurídica deste tipo de crime é evitar mentiras. A jurisprudência do Tribunal já decidiu que os fatos são interessantes mesmo que não sejam capazes e influenciar negativamente o eleitor”.

Inclui-se a inutilização, alteração ou perturbação da propaganda para sabotar na internet via rede social paga ou não; impedimento de exercício de propaganda, no caso da internet, pode ser incluído o ataque de página de candidatos; disseminação de pesquisas de opinião pública fraudulentas e intenção de voto por via de redes sociais; criminaliza-se a boca de urna digital (mas ainda existem dúvidas diante de casos que envolvem tratamento de materiais divulgados por aplicativos de mensagens).

A regulamentação define ainda que a propaganda veiculada na internet, seja em *blog* ou partido, não será suspensa no prazo de 48 horas antes até 24 horas depois da eleição. “Portanto ficou definido não haver limite temporal para a veiculação de propaganda política pela internet, face à dificuldade de controle sobre manifestações de apoio” (CASTANHO, 2014, p. 204).

Gambiji (2018) ressalta que a decisão de concentrar o debate eleitoral ao curto período determinado pela Lei n. 13.165/2015, é uma maneira de se omitir para o fato de que ela ocorra antes do prazo e negar como sua permanência é essencial ao contexto democrático. Afinal, ele se dá “[...] não apenas no âmbito do lapso temporal destinado a uma campanha eleitoral, mas também a partir da competição e da articulação de emoções e de exposição de plataformas afetos à projetos políticos, sociais ou econômicos divergentes” (GAMBIJI, 2018, p. 89).

Evidencia que, desde o início da definição das regras da propaganda eleitoral, buscou-se adequar a divulgação de suas ideias e pedido de apoio a um determinado modelo racional: “Foram proibidos inúmeros veículos de publicidade, definidos modelos e padrões para se veicular de propagandas e, principalmente, determinado o momento, a exata ocasião, em que esta propaganda poderia ocorrer” (GAMBIJI, 2017, p. 88).

Conforme Lasch (1983), os meios de comunicação tornaram as categorias de verdade e falsidade irrelevantes. Elas teriam sido substituídas pelas noções de credibilidade ou plausibilidade e confiabilidade, tendo em vista que, para que algo seja crível, só precisa ser apresentado por alguém que tem autoridade e credibilidade. No contexto em que o público é ávido por fatos e cultiva a ilusão de estar bem informado, aquele que faz propaganda evita *slogans* “grandiloquentes” e se atém a fatos para iludir informação com propaganda.

Como se viu, foi apenas em 2018 que, pela primeira vez, os candidatos foram autorizados a impulsionar conteúdos nas redes sociais para fazer propaganda. Isso ocorre num contexto, conforme já estudamos, de produção de conteúdo, de *marketing* que opera por meio do acesso de dados ultra segmentados para atingir a um público de maneira ainda mais estratégica; mas o que fazer diante dos abusos?

No que concerne às inferências de conteúdo, as mudanças tecnológicas possibilitaram a maior velocidade e o aumento no volume de tráfego de dados e proporcionaram mais participação dos internautas na produção e publicação de conteúdo. “As questões de pesquisa e configuração empírica passam a lidar com recursos como *media* sociais e *blogs*, com ênfase no potencial de participação e mobilização do eleitorado” (AGGIO, 2010, p. 427).

Nos anos de 1990 e 2000, o modelo adotado pelo Judiciário operava por meio de remoção de conteúdo julgado como ilícito e com a responsabilização de seus atores fazendo com que se tornasse palco de *performance* para campanhas para o eleitorado. A coleta de dados pessoais também foi utilizada ainda mais pelo *marketing* político; por meio do *microtarget*, ou seja, da comunicação direta com o alvo que se quer atingir com a mensagem por meio de microdirecionamento de anúncio por nichos de audiência.

Com efeito, 2018 foi o primeiro ano que foi realizada propaganda eleitoral paga na internet, com a permissão para o “impulsioneamento de conteúdos”. Com a venda de anúncios eleitorais ainda em caráter experimental, a regulamentação do tema gerou dúvidas e questionamentos, especialmente sobre sua capacidade de mitigar práticas de uso indevido de dados pessoais, pouco transparentes ou que operam por fora da prestação de contas das candidaturas. (CRUZ *et al.*, 2019, p. 6).

Outro aspecto destacado pelo documento é o uso malicioso de robôs e contas falsas com a capacidade de dissimular não apenas a autenticidade, mas a espontaneidade também. Este ambiente promove uma dimensão equivocada de debates públicos e a falsa impressão de espontaneidade que não existe. Há ainda os algoritmos com seus regimes de visibilidade organizando os *feeds* de notícias de acordo com interesses comerciais, conforme já estudado.

A personalização pode trazer uma proximidade com os interesses do público, mas também se molda aos negócios e não necessariamente ao que é mais relevante, coerente ou correto. Assim, ancoram-se novas dinâmicas não só sociais, mas também políticas. Pesquisas realizadas pelo InternetLab nas duas últimas eleições brasileiras mostram que a internet foi um espaço não só de articulação, mas também de conflito. “Assim como no caso das *fake news*, a veiculação desse tipo de discurso transcende relações simples de causa e efeito associadas à consolidação da internet e envolve dinâmicas e contextos sociais mais complexos” (CRUZ *et al.*, 2019, p. 13).

Destaque-se que a Lei n. 9.504/1997 estabelece, no parágrafo único do art. 57-F, que “[...] provedor de conteúdo ou de serviços multimídia só será considerado responsável pela divulgação da propaganda se a publicação do material for comprovadamente do seu prévio conhecimento” (BRASIL, 1997, s.p.).

A desinformação é um problema relevante para a democracia, uma vez que pode prejudicar o acesso do eleitor a informações confiáveis comprometendo a tomada de decisões mais interessantes para a coletividade. Acaba sendo capaz de “[...] reduzir o grau de igualdade entre os usuários dessas plataformas e a liberdade com que se forma a vontade” (SILVEIRA, 2020, posição 105). A democracia demanda fluidez da informação política independente do controle de corporações com interesses econômicos e também do controle administrativo com interesses políticos disfarçados. “Em outras palavras, a democracia requer informações livres” (RAIS; FERNANDES NETO; CIDRÃO, 2020, p. 222).

As previsões normativas já destacavam limites impostos ao controle de conteúdo, como criminalização da mentira no período eleitoral, proibição de discursos de ódio e uso de programas que mudam a compreensão da realidade. Com a internet, a dissimulação ficou ainda mais sofisticada, houve maior facilidade com a criação de perfis para produção de compartilhamento de conteúdo, a memória típica da rede, que permite a retomada de publicações antigas fora de um contexto e o tipo de compartilhamento ainda mais rápido e preciso. Silveira (2020) destaca alguns elementos que fazem parte desta rede: o emissor, o produtor de conteúdo, a plataforma que dissemina, e o receptor.

As falsidades qualificam ou não o debate público? Gross (2018) postula o argumento de que não há razão para proteção da liberdade de expressão de falsidades, porque elas não contribuem com a compreensão de circunstâncias políticas de que devem ocupar o cidadão, por outro lado condicionar a participação das pessoas a informações perfeitas parece, igualmente, uma violação à democracia.

Mesmo frisando sobre o déficit da legitimidade democrática envolvido com a falsidade, o autor recorda que há diversos aspectos que justificam a sua circulação. Um deles é o risco de acontecer o chamado *chilling effect*, ou seja, o esvaziamento do debate por meio da punição. Isso pode ocorrer, por exemplo, ante a imprecisão de critérios sobre qual conteúdo é ou não verdadeiro, o que poderia causar prejuízos para um debate de qualidade. Então, complementa: “As expressões de falsidades fabricadas com intenção de enganar não possuem valor para a autodeterminação política dos indivíduos porque não constituem um engajamento íntegro das crenças ou das convicções daquele que expressa” (GROSS, 2018, p. 172).

Ricuero e Grutz (2019) reforçam como as *fake news* eleitorais são criadas para influenciar nos processos eleitorais e se utilizam de aspectos de espalhamento, como os algoritmos, para contribuir para a visualização do conteúdo, além do desejo dos próprios atores das redes sociais, que escolhem o que vão compartilhar ou tornar visível. Neste contexto, o debate é associado à polarização. “Como os atores tendem a compartilhar informações baseadas em suas próprias crenças e percepções, especialmente em contextos polêmicos, a mídia social tende a apresentar redes de conversação extremamente polarizadas” (RICUERO; GRUTZ, 2019, s.p.).

Caldas, C., e Caldas, P. (2019) analisaram dois aspectos que estão relacionados às *fake news* eleitorais: os efeitos *shitstorms* e *candystorms*. Ambos instrumentalizam acontecimentos para fins políticos, sendo realizados de maneira premeditada e podendo ser estimulados de maneira orgânica, servindo de gatilho para reações em massa. Os três fenômenos precisam de informações da *big data* para serem utilizados como instrumentos políticos e eleitorais.

Enquanto as *shitstorms* estão atreladas a reações verbais massivamente difamatórias contra pessoas ou instituições, banalizando o insulto e estimulando manifestações de ódio coletivo, além de terem a capacidade de serem irreversíveis, a *candistorm* está atrelada a um teor valorativo positivo em busca de estimular a simpatia nas redes sociais, privilegiando o aspecto emocional ao argumentativo.

As *fake news* estariam imbricadas ao fenômeno diante do seu aspecto de enganar o usuário da internet, podendo ser utilizada para provocar ambos os fenômenos, tendo em vista que é possível provocá-los premeditadamente para prejudicar imagem de pessoa ou instituição sem conhecimento do conteúdo (CALDAS, C.; CALDAS, P., 2019).

Os autores evidenciam três aspectos que dificultam a identificação das *fake news*. O primeiro é a dificuldade em identificá-las, pois o conteúdo manipulado nem sempre é de fácil compreensão. O segundo atrela-se à dificuldade em chegar à fonte de propagação original, que se esconde não apenas por meio de identidade falsa, mas também por computadores protegidos. Outro aspecto é o meio pelo qual se dissemina que, geralmente, é por aplicativos de mensagens que dificultam o acesso à fonte original.

Ao estudar o espaço público conectado, Magrani (2014, p. 128) assevera que: “Um regime democrático saudável depende também de cidadãos ativos no processo participativo/deliberativo e bem informados por meio de um ecossistema substancial de ideias concorrentes e acessíveis”. Ante este léxico que reúne Comunicação, Direito e Democracia, entende-se como está se trabalhando questões relacionadas ao controle e das redes.

#### **4.6 A judicialização da comunicação política**

Os papéis do Judiciário têm sido ampliados para enfrentar diversas questões, inclusive políticas. Tanto que, nas últimas décadas, diversos países “[...] experimentam transferência de parte do poder político para os tribunais. Em certa medida, pode-se dizer que esse poder tem saído da esfera de representação parlamentar para o âmbito do Poder Judiciário” (BARBOZA; KOZICHI, 2012, p. 59).

Ao mapear a judicialização da política, Hirschl (2016) considera que ela é tratada de modo pouco refinado, tendo em vista a prevalência do discurso nos direitos fundamentais. O autor distingue três categorias de judicialização. A primeira atrela-se às relações sociais, de disseminação de discursos e de procedimentos jurídicos na esfera política e na elaboração de políticas públicas.

A segunda trata da elaboração de políticas públicas por meio do controle judicial de controle de constitucionalidade das leis e dos atos de administração pública. Por fim, a judicialização da política pura, quando há a transferência e assuntos cujo significado é político, mas é repassado para os tribunais. E assim define o fenômeno:

A judicialização da justiça é por vezes confundida com a versão genérica do ativismo judicial, prestando-se pouca ou nenhuma atenção à diferença entre atribuir

aos tribunais a definição do escopo do direito a julgamento justo, por exemplo, confiar a eles a solução de delicadas questões de identidade coletiva que se encontram no coração dos processos de construção da nação. (HIRSCHL, 2016, p. 141).

Para esta tese, interessa a terceira classe de judicialização da política, que inclui as controvérsias políticas e se subdivide em três categorias: o processo eleitoral, supervisão judicial das prerrogativas do Executivo e a judicialização dos processos de construção de identidades coletivas. Dentro das categorias, destaca-se como interessante a primeira, que lida com as questões relacionadas ao processo eleitoral. Para o autor, é cada vez mais frequente que tribunais sejam acionados para aprovar ou desqualificar partidos políticos. Destaca que “[...] pelo menos 25 países foram chamados para determinar o futuro político de líderes por meio de *impeachment* ou desqualificação” (HIRSCHL, 2016, p. 149).

No Brasil, a judicialização foi facilitada com a redemocratização e após longos períodos de autoritarismo e de transformações dentro da função jurisdicional que propiciavam o surgimento de intervenção do Poder Judiciário em assuntos relacionados à política (VERBICARO, 2008). Somada a estes fatores, a própria Constituição Federal, diante das funções valorativas trazidas, consagrou o Estado democrático, em que se destacam fundamentos como a liberdade de expressão, reconhecimentos de direitos individuais; a universalização do acesso à justiça; e a crise no parlamento brasileiro.

A interseção entre a Política e Direito no Brasil reflete o fenômeno que ocorre nas sociedades ocidentais. Nem sempre a judicialização da política acontece no resultado final. Ocorre também na definição de regras que irão orientar os atores das disputas, o que justifica necessidade de entender sobre a influência do direito nos processos políticos. Isto “[...] pressupõe uma noção mais ampla sobre o lócus e o momento em que ocorre a interferência do poder judiciário no funcionamento das democracias contemporâneas” (MARCHETTI; CORTEZ, 2009, p. 422).

O processo de escolhas do Judiciário está atrelado à função essencial de interpretar. O desvelar da função julgadora inclui caráter que vai além do declaratório, mas inclui caráter constitutivo, quando se aplica a lei no intermeio do Direito e a realidade (GRAU, 2013). Esse lugar de interpretação, entretanto, guarda riscos, como alerta Streck (2016, p. 724): “O ativismo sempre é ruim para a democracia, porque decorre de comportamentos e visões pessoais de juízes e tribunais, como se fosse possível uma linguagem privada, construída à margem da linguagem pública”. E acrescenta:

A questão da judicialização (da política), portanto, está ligada ao funcionamento (in)adequado das instituições, dentro do esquadro institucional traçado pela



Constituição. Quanto maior a possibilidade de se discutir, no âmbito judicial, a adequação ou não da ação governamental *lato sensu* com relação aos ditames constitucionais, maior será o grau de judicialização a ser observado. Por isso que afirmo, como já o fiz em outras oportunidades, que a judicialização é contingencial. Ela depende de vários fatores que estão ligados ao funcionamento constitucionalmente adequado das instituições. (STRECK, 2016, s.p.).

A atuação da Justiça eleitoral sobre a remoção de conteúdo, conforme já estudamos, deve ser realizada com a menor interferência possível no processo democrático – premissa que é reiteradamente reforçada nos julgados eleitorais. Quando ocorrer, deve ser cirúrgica para evitar problemas relacionados à liberdade de expressão para que seja retirado exatamente o conteúdo analisado como ilícito.

Para isso, precisa determinar a URL específica, mesmo sabendo-se que o conteúdo pode ser acessado de outras maneiras. Destaque-se que o bloqueio de redes é controverso, porque se relaciona à restrição da liberdade de expressão sem ultrapassar limites de proporcionalidade, reforçando-se a importância de o Judiciário manter a função de guardião do contraditório, a defesa do usuário afetado deve ser ouvida (CRUZ *et al.*, 2018). Capanema (2019, p. 47) evidencia que o bloqueio também é problemático pela questão temporal. Diante da internacionalização do problema, traz uma situação hipotética, supondo que um *site* em outro país tenha uma recomendação judicial e analisa: “Se nós formos utilizar a cooperação internacional, carta rogatória até lá já passou a eleição”. Isto se torna um desafio diante dos prazos curtos e contextos de urgência do campo eleitoral.

Ainda é assegurado o direito de resposta ao candidato, partido ou coligação atingido por calúnia, injúria ou difamação. Outro problema é a utilização de robôs nas eleições que desempenham tarefa de navegação. Além da dificuldade de provar a automação das postagens, é complexo estabelecer relação entre a atuação nas atividades eleitorais. Destaca-se a preocupação com o direito à personalidade dos cidadãos a partir da proibição do uso de dados pessoais.

Não cabe a esta tese debruçar-se sobre os meandros aprofundados da Justiça eleitoral, mas, como a trama da pesquisa nos levou para este lugar de análise, torna-se relevante destacar alguns pontos que serão relevantes no estudo do cerne da pesquisa.

Evidenciemos que a Justiça eleitoral brasileira é um ramo especializado do Poder Judiciário voltado para relações jurídicas de Direito Eleitoral, com intuito de tutelar e promover uma democracia participativa e representativa, seguindo os moldes do art. 118 e seguintes da Constituição Federal de 1988. “Nessa esteira, englobam os fundamentos da Justiça Eleitoral os conceitos de soberania, democracia, participação popular, voto, sufrágio, mandato e representação” (PEREIRA; MIGLIAVACCA, 2018, p. 274).

O tribunal é composto por, pelo menos, sete ministros titulares, sendo dois advindos do Supremo Tribunal Federal e dois do Superior Tribunal de Justiça (STJ), somados a dois juristas advindos da advocacia. Dentre as competências, encontram-se julgar recursos interpostos contra decisões dos tribunais regionais e tomar providências que julgar convenientes à execução da legislação eleitoral. Estes julgamentos serão objeto de estudo desta tese a partir na seção a seguir, quando os processos relacionados às *fake news* nas eleições serão submetidas a um estudo quali-qantitativo.

## 5 A JUDICIALIZAÇÃO DAS *FAKE NEWS*

A premissa desta seção é exibir como se deu o processo de escolhas metodológicas para responder à pergunta de partida da tese, a saber: “Quais os legados das decisões da justiça eleitoral sobre as *fake news* nas eleições gerais de 2018, que foram marcadas pela desordem informacional digital?” Desde agora serão apresentadas as veredas epistemológicas e as evidências trazidas pelo estudo qualitativo e quantitativo, com o objetivo de fazer as inferências possíveis com amparo nos dados coletados para o desvendar crítico e analítico.

### 5.1 O caminho metodológico

Para se ter uma dimensão do problema, utilizamos os métodos dedutivo, quantitativo e qualitativo, por meio de empiria jurisprudencial realizada com o auxílio de formulário Google Docs, do *software* Iramuteq (CAMARGO; JUSTO, 2013) e da técnica de análise de conteúdo.

Antes de mergulhar no estudo, seguimos os matizes de Minayo (2012). Segundo a autora, as pesquisas qualitativas se compõem de sentidos como a experiência e a vivência. “E o movimento que informa qualquer abordagem ou análise se baseia em três verbos: compreender, interpretar e dialetizar” (MINAYO, 2012, s.p.).

Minayo (2012) analisa a compreensão como a principal questão da análise qualitativa. Alerta para o fato de que buscar compreender é exercitar as contradições: “O ser que compreende, compreende na ação e na linguagem e ambas têm como características serem conflituosas e contraditórias pelos efeitos do poder, das relações sociais de produção, das desigualdades sociais e dos interesses” (MINAYO, 2012, s.p.).

Para essa compreensão, interpretação e promoção da dialética, optamos por efetivar uma pesquisa sobre julgamentos com o recorte temático das *fake news* no lapso temporal dos anos de 2018 e 2019, período em que a questão ficou muito em voga no Brasil, diante, especialmente, do pleito eleitoral presidencial.

Por que jurisprudência? Porque o texto jurisprudencial tem efeito de poder. A jurisprudência remova o Direito, ao passo que dá diversas interpretações para novos problemas que desafiam a Ciência Jurídica. A interpretação dada por um tribunal superior acaba por se transformar numa referência para demais construções argumentativas no campo do Judiciário. Após a compreensão da jurisprudência, o exercício realizado será a

interpretação. “Interpretar é elaborar as possibilidades projetadas pelo que é compreendido” (MINAYO, 2012, s.p.). Agregamos, também, a perspectiva de Gil (1999, p. 128), quando define o viés do que classifica como bom pesquisador:

Um bom pesquisador precisa, além do conhecimento do assunto, ter curiosidade, criatividade, integridade intelectual, sensibilidade social. São igualmente importantes a humildade para ter atitude autocorretiva, a imaginação disciplinada, perseverança, paciência e a confiança na experiência.

Santos (2000) entende que o Direito é um mosaico que reúne retórica, violência e burocracia. Elementos que estão relacionados à presença ou ausência da democracia na sociedade em que opera. Destaca também que é um corpo de procedimentos e padrões normativos entendidos como justificáveis para um grupo social, contribuindo para criação e prevenção de litígios “[...] e para sua resolução através de um discurso argumentativo articulado com a ameaça de força” (SANTOS, 2000, p. 290).

No terreno argumentativo, entra a Hermenêutica Jurídica, que delimita os caracteres da interpretação do Direito e apura seus aspectos singulares, buscando-se coerência, mesmo levando-se em conta os dinâmicos aspectos sociais (SOARES, 2019). A atividade interpretativa oferece um sistema de diretrizes voltados para interpretação dentro da função social da interpretação, que deve estar dirigida para a ordenação social (FALCÃO, 2004). “A interpretação jurídica, como toda interpretação, contém um momento cognoscivo e uma função normativa, consiste em obter máximas de decisão e ação prática, visto que a interpretação mantém a vida da lei e das outras fontes do direito” (SOARES, 2019, p. 37).

O ato de interpretar demanda compreensão dos fenômenos, conexões de sentidos. Soares (2019) explica que a interpretação passa pelo papel da linguagem, dentro do quadro da existência humana. Como a ordem jurídica não fala por si, cabe ao hermeneuta exteriorizar os seus significados por meio da compreensão na busca por um sentido normativo que seja adequado e justo diante dos casos concretos. “Somente assim, a decisão garante a persuasão da comunidade jurídica e a correlata decisibilidade dos conflitos sociais” (SOARES, 2019, p. 45).

As decisões prescrevem condutas dentro de uma ação linguística em que se busca o convencimento pela veracidade de assertivas. Falcão (2004, p. 102) entende o intérprete como o centro interior da articulação intelectual e a norma como o centro exterior da articulação. Caberia, então ao intérprete ser “[...] o sumo sacerdote do ritual divinizante da captação de sentido”. Maximiliano (2011, p. 9) acrescenta que interpretar uma expressão no

Direito não é tornar claro o dito, mas “[...] revelar o sentido apropriado para a vida real, e condizente com a decisão reta”.

A interpretação faz parte da complexa missão de julgar, porque o Direito não se fixa em abstrações, mas desdobra-se na realidade sociocultural que está inserido (IAMUNDO, 2017). Grau (2005, p. 53) destaca que o julgamento culmina “[...] afirmação da decisão de uma lide, decisão que encontra fundamento na ética da legalidade”.

Para entender a complexidade das decisões, optamos por fazer estudo empírico, uma vez que é fundamentado na observação do mundo por meio de dados, que podem incluir aqueles baseados em jurisprudência. Conforme Epstein e King (2013, p. 11) alertam, “A palavra ‘empírico’ denota evidência sobre o mundo baseado na observação ou na experiência”. E acrescentam:

**Os dados podem ser precisos ou vagos, relativamente certos ou muito incertos, diretamente observados ou conseguidos indiretamente;** podem ser antropológicos, interpretativos, sociológicos, econômicos, jurídicos, políticos, biológicos, físicos ou naturais. Desde que **os fatos estejam de alguma maneira relacionados ao mundo, eles são dados, e, contanto que a pesquisa envolva dados que são observados ou desejados, ela é empírica.** (EPSTEIN; KING, 2013, p. 12, grifo nosso).

As palavras guardadas na lei não são unívocas, são plurívocas, o que não significa que a dinâmica hermenêutica “[...] admita discricionariedades e decisionismos” (STRECK, 2016, p. 10). Streck (2016) cita a ideia de responsabilidade política do intérprete do Direito. A regra é aplicada, mesmo diante de incertezas, não dá ao julgador a liberdade de decidir a partir de critérios extrajurídicos que considerasse mais convenientes. Define, então, que a decisão exige senso de dever, de adoção de atitude reflexiva em relações às pré-compreensões, aprendizado institucional e debate público.

Na análise de Ferraz Jr. (2015), a interpretação presume a seleção de possibilidades comunicativas da complexidade discursiva. Reúne habilidades de entendimento, captação de sentidos, orientação de ações.

O que se busca na interpretação jurídica é, pois, alcançar um sentido válido não meramente para o texto normativo, mas para a comunicação normativa, que manifesta uma relação de autoridade. Trata-se, portanto, de captar a mensagem normativa, dentro da comunicação, como um dever-ser vinculante para o agir humano. (FERRAZ JR., 2015, p. 211).

Ao pensa na teoria da argumentação jurídica, Alexy (2019, p. 13) demonstra ser necessário integrar o discurso jurídico ao discursivamente racional: “A decisão tomada em qualquer nível de fundamentação é, assim, uma decisão sobre o que deve ou não pode ser

feito ou omitido”. Agentes do Direito são articuladores de argumento. “O objetivo de toda argumentação é provocar ou aumentar adesão dos espíritos às teses que se apresentam a seu assertimento” (PERELMAN; OLBRECHTS-TYTECA, 2014, p. 50).

À vista desta concepção sobre a relevância da interpretação e da argumentação, optamos por fazer o estudo jurisprudencial. Este percurso metodológico tomou como rota as trilhas sugeridas por Palma, Feferbaum e Pinheiro (2012), os quais entendem que a análise dos julgados é um importante mecanismo de realização de pesquisas, inclusive porque as jurisprudências sustentarão as teses jurídicas em pareceres e petições.

Por isso, pode-se entender a jurisprudência como uma “verdade” no campo do Direito, que pode ser ou não destituída em momento posterior. “A simples existência de um posicionamento jurisprudencial não significa que esse posicionamento é necessariamente correto” (PALMA; FEFERBAUM; PINHEIRO, 2012, p. 142).

Assim, a reunião dos casos não deve apenas reforçar um viés da discussão, mas deve trazer o lugar polissêmico do debate. Como o estudo jurisprudencial também demanda método, os autores sugerem análise da amostra levantada, do recorte da pergunta-problema junto com os objetivos pensados para a pesquisa. Seguimos, então, como ponto de partida a indagação: como se deu a judicialização da *fake news* nas eleições de 2018? Eis uma interrogação que demanda muitas interconexões e que transita por caminhos interdisciplinares.

Esclarecemos, então, o percurso organizado. Desde o início, não pretendíamos fazer um estudo de Direito Eleitoral, mas de Hermenêutica Jurídica, para adentrar os complexos campos de entendimento e aplicação do Direito. Para tanto, na delimitação inicial das estratégias de campo, fizemos um recorte institucional nos cinco tribunais superiores brasileiros: Supremo Tribunal Federal, Superior Tribunal de Justiça, Tribunal Superior Eleitoral, Tribunal Superior do Trabalho e Tribunal Superior Militar.

A composição das amostras foi efetuada em meio eletrônico nas páginas virtuais dos tribunais, dentro dos campos de pesquisas jurisprudenciais com a dicção *fake news*. Com base nos resultados, foram excluídos os dois últimos tribunais superiores, por não tratarem deste tema especificamente e não trazerem colaborações para discutir a matéria.

O passo seguinte foi catalogar todos os achados: 1 acórdão e 1 documento da presidência no Supremo Tribunal Federal; 16 julgados no Superior Tribunal de Justiça e 81 julgados no Tribunal Superior Eleitoral. Posteriormente, executamos a leitura dos julgados para fazer o recorte da pesquisa. Optamos, então, por focar os esforços da tese no Superior

Tribunal Eleitoral, que tinha analisado a questão não apenas pelo maior número de ações, mas também pelos distintos vieses que os julgados possibilitam para análise.

Definido o Tribunal, partimos para a organização das variáveis da pesquisa, que privilegiamos para composição das amostras. Seguindo também as orientações de Palma, Feferbaum e Pinheiro (2012), todas as ações foram identificadas a partir de seus critérios de recorte. Esses resultados nortearam a formulação do conhecimento capaz de elaborar caminhos para as respostas da pergunta de partida que se relaciona com matizes das interpretações judiciais relacionadas às *fake news*.

No recorte processual, foram deliberadas as variáveis das *categorias de análise: tipos de ação*, para categorizar a demanda e compreender a trama jurídica; *data de julgamento*; *partes*; *o juiz relator*, para entender como o julgador traz seus referenciais diante do problema; sob o nome de *mérito*, reuniram-se os argumentos do julgador em relação às ações; *pedido*; *fatos* e a *narrativa processual*, para mostrar a dialetização trazida na ação; e o *resultado* para analisar qual o posicionamento do tribunal diante do julgado.

Vale ressaltar que, das 81 ações encontradas, o *corpus de análise* se concentrou em 63, visto que foram retiradas ações relativas a *fake news* concernentes a pleitos eleitorais de municípios ou estados. Mesmo não considerados em sua plenitude no presente estudo, que tem como escopo o pleito presidencial, é importante registrar que, outras localidades, além de Brasília, apresentaram processos sobre *fake news* nos seus pleitos eleitorais, a saber: Rio de Janeiro, Manaus, Macapá, Sete Lagoas, Gravataí, Pernambuco, Paraná, Minas Gerais. Isto reforça a importância da pesquisa sobre este fenômeno que deve se aprofundar e se ampliar nas eleições de 2020, cobrindo todo o mapa do Brasil.

## **5.2 Tribunal Superior Eleitoral: uma análise qualiquantitativa**

Após a leitura exaustiva, foram deliberados os procedimentos de análise. Os conteúdos foram submetidos a uma análise com evidências qualitativas, mas também quantitativas, fundadas na frequência de aparição de certos elementos das ações, e qualitativas, para colaborar na elaboração e aprofundamento das inferências. Para metodologia quantitativa, que permitiu estabelecer gráficos e pôr em relevo as informações fornecidas pela análise, foi criado um formulário Google Docs em que todos os dados de amostra que poderiam ser quantificados foram lançados.

Esse formulário exportou os dados para uma tabela Excel e permitiu a criação das frequências. Os gráficos encontram-se nos apêndices A, B, C, D e E. Os dados fornecem um

panorama do universo pesquisado e serão mensurados para o *corpus* de análise desta tese. Foram catalogadas 63 ações, sendo 88,9% de Representação Eleitoral, e as demais foram Recurso Especial Eleitoral, Ação de Investigação Judicial Eleitoral (AIJE)<sup>54</sup>, Mandado de Segurança e Consulta.

Cabe destacar que representações são a via pela qual se demanda que os juízes apliquem sanções pelo descumprimento de regras. Podem ser propostas por partidos, candidatos, coligações e Ministério Público Eleitoral. A Justiça eleitoral também pode atuar em persecuções penal diante de provocação e agir sem ser provocada a parti do seu poder de polícia (CRUZ *et al.*, 2018).

Optou-se também em fazer uma análise da argumentação das decisões para entender qual como o judiciário utilizou o espaço para produzir uma verdade jurídica sobre as *fake news*. Afinal, “[...] um argumento é como um organismo: tem uma estrutura bruta, anatômica, e outra mais fina e, por assim dizer fisiológica” (TOULMIN, 2001, p. 135). As afirmações vão criando pontes. Por isso, é preciso analisar os diferentes graus de força diante das premissas que justificam. Argumentar é um processo de comunicação.

### 5.2.1 A revelação dos números

Os casos analisados concentram-se de fevereiro de 2018 a outubro de 2019, naturalmente, as ações ocorrem majoritariamente no mês eleitoral, de modo que 33 ações (52,8%) são de outubro de 2018. Neste momento, a pesquisa traz o primeiro aspecto a ser destacado: em todos os tribunais, só existem ações com o uso deste termo a partir de 2018.

Isso demonstra como, conforme discutido no primeiro capítulo, a expressão *fake news* ganhou valor semântico após o uso pelo presidente ianque Donald Trump. É um sintoma de que se tornou um neologismo a entrar no vocabulário político desde então. Sabe-se que essa unidade de ideia apresenta divergências, mas foi escolhida para o estudo por ter ganhado este valor no vocabulário político.

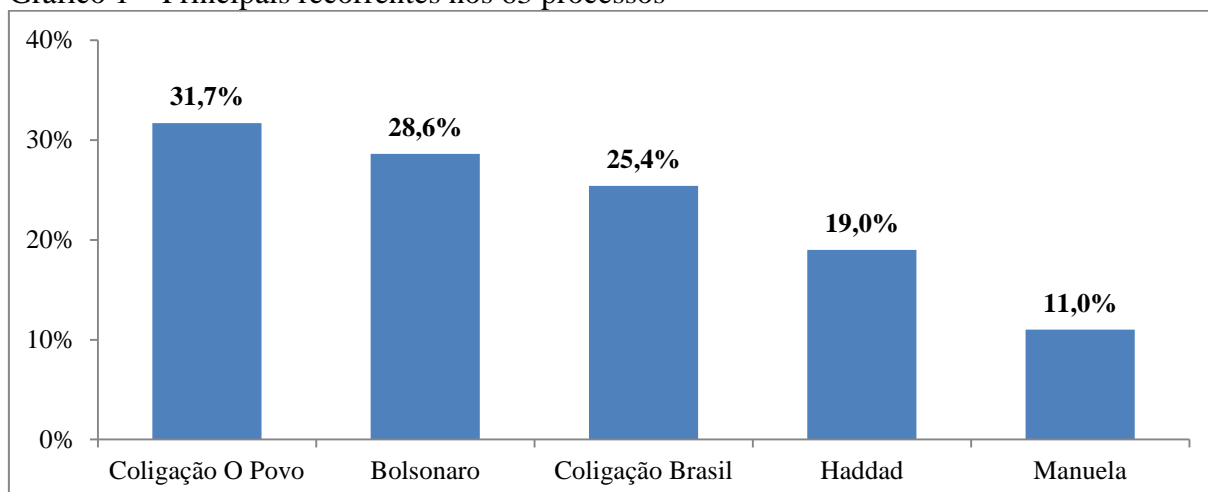
Nas eleições, verifica-se que a Coligação O Povo Feliz de Novo, composta por PT, PdoB e PROS, se encontra como o maior recorrente (31,7%), seguido pelo candidato Jair Bolsonaro (28,6%), depois pela coligação Brasil Acima de Tudo, composta por PSL, PRTB (25,4%), Fernando Haddad (19,0%) e Manuela d’Ávila (11,0%).

---

<sup>54</sup> As ações de Investigação Judicial Eleitoral permitem discutir a campanha *a posteriori* com prazos mais elásticos, mas devem ser ajuizadas, em geral, até a data da diplomação dos eleitos ou até 15 dias depois (CRUZ *et al.*, 2018).



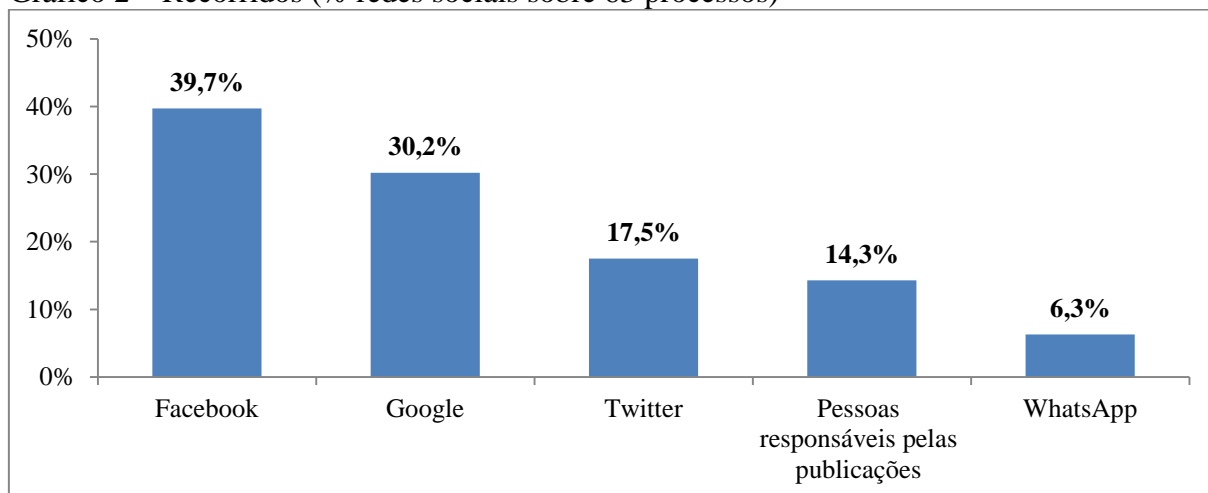
Gráfico 1 – Principais recorrentes nos 63 processos



Fonte: elaboração própria (2020).

Nas partes requeridas, conforme o Gráfico 2, chama atenção o fato de que quem mais ocupa o polo passivo é o Facebook<sup>55</sup>, com 39,7%, seguido pelo Google (30,2%) e do Twitter (17,5%), pessoas responsáveis pelas publicações (14,3%), demonstrando que, efetivamente, as redes sociais dominaram o problema no campo judicial.

Gráfico 2 – Recorridos (% redes sociais sobre 63 processos)



Fonte: elaboração própria (2020).

<sup>55</sup> Mônica Rosina (2019, p. 129), gerente de política públicas do Facebook, entendeu que: “Em relação ao direito de resposta, a lei e a resolução estabelecem que o direito deve ser exercido contra o ofensor. E, aí, nós acreditamos que cabe ao Poder Judiciário fixar a forma e o tempo de exposição da resposta, e gostaria de lembrar que, durante essas últimas eleições, nós colaboramos diversas vezes com a Justiça Eleitoral, e, em cumprimento à ordem judicial, informamos dados para a Justiça Eleitoral relativos, por exemplo, ao impulsionamento de conteúdo – o quanto aquele candidato, partido ou coligação gastou e em quem ele mirou – para que a decisão da Justiça Eleitoral, em relação ao direito de resposta, pudesse ser bastante precisa também nesse sentido”.

No caso do Google, o destaque deve-se porque representa o YouTube, plataforma que exibe vídeos reclamados pelos candidatos. Ressalte-se como a análise do gráfico exibe a predominância do ambiente digital na batalha judicial. A televisão, o meio que por muito tempo predominou na divulgação massiva das propostas, aparece tão discretamente que sequer consegue pontuação suficiente para se destacar.

Conforme até mesmo os julgados destacaram, as campanhas no meio digital são mais baratas não somente para a produção de conteúdo, como, principalmente pela perenidade do tempo em que circulam, tendo em vista que, na televisão, o tempo é determinado pelo tamanho das bancadas dos partidos que compõem a coligação de cada candidato. Conforme alerta Cruz (2020, p. 341):

[...] uma publicação em uma rede social feita gratuitamente – e em poucos minutos – por um indivíduo tem o potencial de alcançar mais pessoas do que um spot de campanha na televisão, que custa milhões de reais, dando novo sentido à ideia de militância e de apoio político.

A propaganda eleitoral gratuita ainda se divide em horário eleitoral gratuito em rede<sup>56</sup>, com horários e inícios definidos por lei, e em inserções, sem horário fixo à extensão da programação normal. No caso das eleições de 2018, o horário eleitoral gratuito ficou assim estabelecido pela resolução que regulamenta o plano de mídia:

Os candidatos a presidente da República e a deputado federal farão sua propaganda no horário eleitoral gratuito às terças e quintas-feiras e aos sábados. Os candidatos a presidente da República divulgarão suas propostas e plano de governo em dois períodos de 12m30. Das 7h às 7h12m30s e das 12h às 12h12m30s, no rádio. E das 13h às 13h12m30s e das 20h30 às 20h42m30s, na televisão. (BRASIL, 2018g, s.p.).

As determinações seguiram as previsões da Resolução n. 23.551/2017 para compor a seguinte distribuição: a Coligação O Povo Feliz de Novo (PT/PCdoB/PROS) com 2min23 (dois minutos e vinte e três segundos) e a Coligação Brasil Acima de Tudo, Deus Acima de Todos (PSL/PRTB) com 8s (oito segundos) (BRASIL, 2018f).

Os tempos indicados seguiram os critérios do art. 48 da Resolução n. 23.551/2017, que considera “[...] o número de partidos políticos ou coligações que requereram

---

<sup>56</sup> “Antes da elaboração da escala da propaganda em rede, deve ser realizado sorteio para definição da ordem de veiculação da propaganda dos partidos políticos/coligações no primeiro dia de veiculação, e, a cada dia que se seguir, o Partido Político ou coligação que veiculou sua propaganda em último lugar será o primeiro a apresentá-la no dia seguinte, apresentando-se as demais na ordem do sorteio. Ainda segundo a Resolução nº 23.551/2017, as sobras e os excessos das divisões devem ser compensados entre os partidos e as coligações concorrentes. Dessa forma, o Sistema de Horário Eleitoral acrescenta as sobras das divisões do cálculo para a propaganda em rede à propaganda reservada à última veiculação do bloco diário.” (BRASIL, 2018f, p. 80).

registro de candidato a Presidente da República e a respectiva representação na Câmara dos Deputados” (BRASIL, 2018f, p. 10).

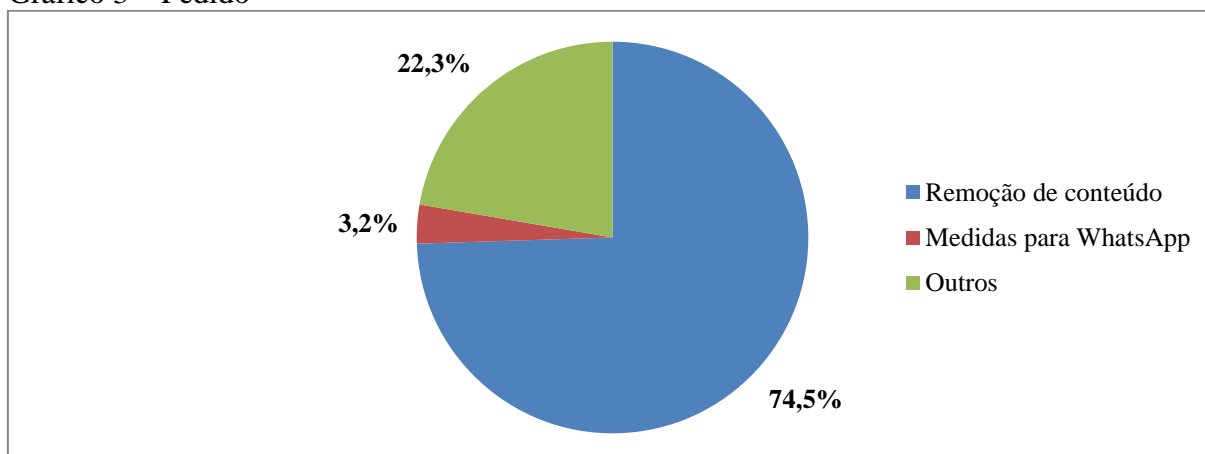
A regulamentação para televisão segue distribuição a partir de cálculos para divisão total do tempo e de algoritmos de distribuição de inserções. Traz ainda uma série de requisitos, inclusive de formatos e mídias, formato de tela, resolução, o prazo para geração das emissoras de rádio. É algo que se distingue da internet, em que é possível publicar a qualquer momento, com material produzido de forma absolutamente amadora, especialmente com o barateamento dos equipamentos. O tempo que o Judiciário gasta para decidir é suficiente para que uma publicação completamente fraudulenta seja disseminada indiscriminadamente.

Haja vista a pesquisa quantitativa da tese, mostramos, ainda que, de maneira majoritária, as partes requeridas são pessoas jurídicas (empresas de redes sociais) e isso pode ser articulado com o fato de que a maioria dos pedidos pede os dados dos responsáveis pelas publicações, pois nem todas as publicações são assinadas ou trazem indicações de onde vêm por quem foram produzidas. Na época, o WhatsApp foi objeto de reclamação e de ação de investigação, que serão aprofundadas adiante.

Os dados revelam, ainda, sobre o repertório dos julgadores. Como a ampla gama de julgados refere-se a decisões monocráticas e os juízes de publicidade são designados pelo TSE para cuidar da propaganda irregular, percebemos que três ministros do Tribunal Superior Eleitoral monopolizaram as decisões. A análise de ações envolvendo *fake news* foi de responsabilidade dos juízes auxiliares de propaganda, que, em 2018, eram os ministros: Sérgio Silveira Banhos, Luís Felipe Salomão e Carlos Horbach. O primeiro destaca-se pelo volume de decisões (55,6%). Isso acaba por interferir até mesmo na repetição de argumentações, que serão devidamente analisadas na pesquisa qualitativa.

Também são eloquentes os pedidos realizados pelos requerentes. Para chegar ao gráfico a seguir, foram reunidas todas as solicitações. Estas incluíram, principalmente, remoção de conteúdo (74,5%), o que se encontra atrelado em distintas ações ao direito de resposta, remoção de vídeo, à desativação do conteúdo e proibição de propaganda. Outros pedidos relacionam-se medida, como direito de resposta.

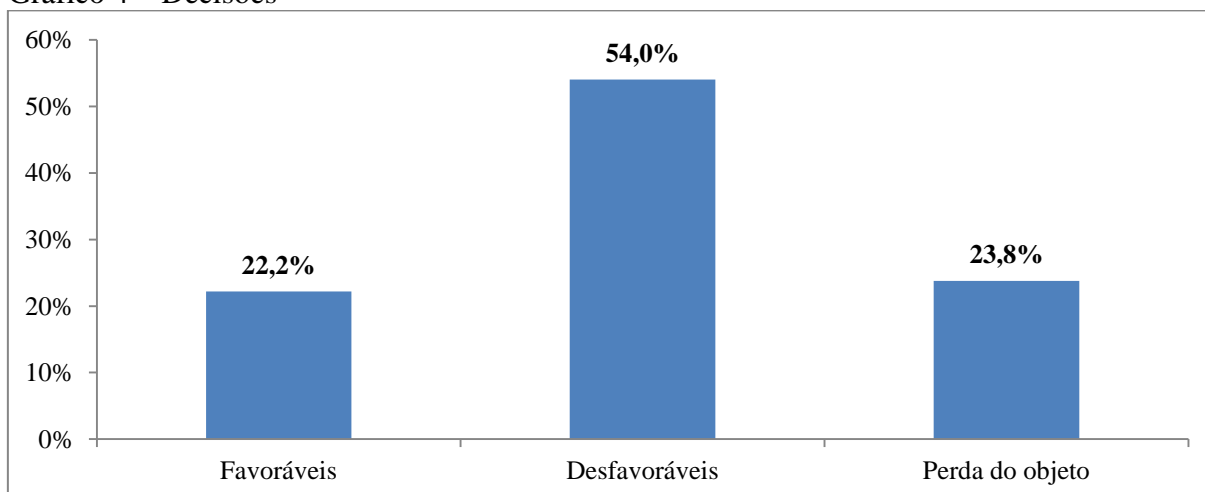
Gráfico 3 – Pedido



Fonte: elaboração própria (2020).

Vale ressaltar que a maior parte desses processos está associada, também, ao pedido de direito de resposta. Pode-se considerar que, como o representante requer a retirada de algo que considera uma mentira, o direito de resposta lhe daria a oportunidade de “reestabelecer a verdade” por meio da sua versão. No caso do WhatsApp (3,2%), foi solicitado mecanismo para restringir o compartilhamento de mensagens, adoção de medidas para assegurar abusos. Dentre as decisões, destaca-se também a perda do objeto, que se dá pelo fato de o pleito eleitoral ter chegado ao fim e as questões deixarem de ser de competência da Justiça Eleitoral:

Gráfico 4 – Decisões



Fonte: elaboração própria (2020).

Chegou-se ao Gráfico 4, com suporte no levantamento apresentado na Tabela 1, a seguir:

Tabela 1 – Tipo de resultado por frequência

<b>Resultado</b>	<b>Frequência</b>
<b>Total desfavorável</b>	<b>54,0%</b>
Indeferido	28,6%
Improcedente	20,6%
Nega provimento	4,8%
<b>Total favorável</b>	<b>22,2%</b>
Deferido	9,5%
Deferido em parte	7,9%
Pede prosseguimento	3,2%
Procedente	1,6%
<b>Total da perda do objeto</b>	<b>23,8%</b>
Perda do objeto	15,9%
Extinto sem solução do mérito	4,8%
Perda do interesse processual	3,2%

Fonte: elaboração própria (2020).

Portanto, dos 63, 15 casos foram extintos por perda de objeto, como o desta decisão:

O processo deve ser extinto sem resolução do mérito, nos termos do art. 485, VI, do Código de Processo Civil/2015, ante a perda superveniente do interesse de agir. Explico. Os representantes ajuizaram representação com os pedidos de remoção de conteúdo publicado na internet e de imposição de multa, por suposta veiculação de notícias falsas. Assim, quanto ao requerimento de remoção definitiva das postagens impugnadas, devido ao término do período eleitoral, é clara a perda superveniente do interesse de agir, nos termos do art. 33, § 6º, da Res.-TSE nº 23.551/2017. (BRASIL, 2019c, s.p.).

Em meio aos julgados com perda de objeto, há um dos mais significativos para esta tese: trata-se do Partido Socialismo e Liberdade (PSOL), que entrou com representação contra o WhatsApp, alegando que o aplicativo desempenhou importante papel na propaganda eleitoral como meio essencial de debates e opiniões políticas diante da capilaridade com que penetra a população brasileira e é usado como meio para divulgação de *fake news* (BRASIL, 2018w).

Solicitou, pois, intervenção do Poder Judiciário, sugerindo, por meio de medida liminar, que o aplicativo providenciasse mecanismo que restringisse o compartilhamento de mensagens, o encaminhamento e transmissão de novos grupos na rede para garantia de lisura no pleito eleitoral. Depois, apresentou emenda à petição inicial, modificando o pedido de suspensão do aplicativo, por achar injusto atingir 120 milhões de pessoas em razão de irregularidades praticadas por minorias e, então, requer medidas acautelatórias para coibir abusos do pleito com aplicação de multa (BRASIL, 2018w).

Na defesa, o representado sustentou a perda do objeto em razão da proximidade da data das eleições, incompetência da Justiça Eleitoral porque regras da propaganda eleitoral não se aplicam às mensagens trocadas pelo aplicativo. Alegou ainda inexistência de obrigação

legal em restringir alcance dos serviços, entre outros aspectos. A Procuradoria Geral Eleitoral opinou pela extinção do processo sem resolução do mérito (BRASIL, 2018w).

O ministro Edson Fachin assim decidiu:

O Representante sustenta que a divulgação de *fake news* através do WhatsApp contribui para o desequilíbrio do pleito, pretendendo, dessa forma, que a Justiça Eleitoral adote medidas de restrição dos serviços oferecidos pelo aplicativo, garantindo a lisura e a normalidade das eleições de 2018. Ocorre que as eleições encerraram-se com a realização do segundo turno em 28.10.2018, **provocando o desaparecimento do objeto** da presente demanda e a consequente perda do interesse de agir, de forma que deve o processo ser extinto sem resolução do mérito nos termos do art. 485, VI do Código de Processo Civil. Ante o exposto, com fundamento no art. 36, § 6º, do RITSE, nego seguimento à representação. (BRASIL, 2018w, grifo nosso).

Resultado: as eleições acabaram e a grave questão da participação do WhatsApp como compartilhador de *fake news* não foi enfrentada. Para se ter ideia dos efeitos desse não enfrentamento, traz-se para análise o trabalho realizado pelos pesquisadores Machado e Konopacki (2018), que monitoraram e analisaram listas de 110 grupos políticos abertos no WhatsApp para investigar a existência de indícios de ação automatizada no envio de mensagens, de distribuição de ações coordenadas entre grupos de WhatsApp e a relação estabelecida entre os participantes e administradores dos grupos políticos na plataforma. Concluíram que:

Apesar de estar claro que as mídias sociais e mensageiros pessoais têm um papel relevante neste cenário, neste relatório, **identificamos especificamente que existem elementos fortes sobre o uso de instrumentos de automação para potencializar a distribuição de informações entre diferentes grupos de WhatsApp. Também identificamos que existe uma ação coordenada entre diferentes membros na atuação de redes de grupos de discussão via WhatsApp.** (MACHADO; KANOPACKI, 2018, s.p., grifo nosso).

Acrescente-se ainda que pesquisa Datafolha (2018) revelou muito sobre a relação dos brasileiros com as redes sociais<sup>57</sup>. Dois em cada três eleitores têm contas nas redes. O índice chega a 90% entre os jovens. Com relação à escolaridade, o percentual revela-se diretamente proporcional ao grau de escolaridade: 91% têm ensino superior; 78% ensino médio; e 34% de escolaridade mais baixa. Dos mais pobres, 53% acessam rede social, enquanto 89% dos mais ricos.

<sup>57</sup> “Na análise por idade, os jovens são os menos ativos quando se trata de compartilhar notícias de eleições e política pelo WhatsApp. Apesar de 87% terem conta no aplicativo, apenas 25% o utilizam com esse fim (29% da base de usuários). Entre os mais velhos, o engajamento é maior, apesar da base menor de usuários: entre quem tem de 35 a 44 anos, 73% têm conta e 29% compartilham conteúdo eleitoral e político (39% da base); na faixa seguinte, de 45 a 59 anos, 54% têm conta, e 23% compartilham (44%); entre os mais velhos, com 60 anos ou mais, 33% têm conta, e 13% compartilham (44%).” (DATAFOLHA, 2018, s.p.).

Na divisão entre eleitores, 71% dos eleitores de Bolsonaro utilizavam rede contra 61% dos de Haddad. A pesquisa revelou ainda que, em termos de alcance e de taxa de engajamento na difusão de conteúdo político e eleitoral, os eleitores de Jair Bolsonaro faziam parte do segmento mais ativo no WhatsApp. A pesquisa acrescenta:

O WhatsApp é a rede ou aplicativo social mais utilizado pelos eleitores: 65% têm conta, sendo que 24% o utilizam para compartilhar notícias sobre políticas e eleições. Entre os homens, 63% têm WhatsApp, e 27% utilizam para difundir conteúdo sobre política e eleições, ou seja, a relação de usuários que compartilham notícias fica em 43%. Na fatia de mulheres, 66% têm conta, e 22% compartilham notícias políticas e eleitoras, numa relação de 33% de usuárias ativas. [...]. Entre os eleitores que usam Whatsapp, 6% acreditam muito nas notícias que recebem pelo aplicativo, e 41% acreditam um pouco. Entre os eleitores de Bolsonaro, 52% acreditam, muito ou um pouco, nas notícias que chegam pelo aplicativo, ante 44% dos que votam em Haddad. (DATAFOLHA, 2018, s.p.).

Entende-se que o desaparecimento do objeto se relaciona aos prazos previstos pela legislação eleitoral, que se demonstram frágeis ante a rapidez da internet, tanto que ações, inclusive relevantes para apontar modos de pensar o problema, ficaram sem solução.

Reportagem publicada no *site* do TSE (BRASIL, 2018ab), no mês de novembro de 2019, ressaltou 48 de 50 ações sobre o assunto durante o período eleitoral. Destacou ainda que tanto conteúdos com informações inverídicas quanto ofensas à honra dos candidatos ao cargo de Presidente da República foram retirados da rede mundial de computadores:

Da totalidade das representações protocoladas na Corte sobre *fake news*, 16 tiveram êxito parcial ou total, com o deferimento dos pedidos de tutela de urgência. O levantamento da Secretaria Judiciária do TSE levou em conta o primeiro processo autuado no Tribunal sobre as notícias falsas, no dia 6 de junho, até os pedidos que chegaram na véspera do segundo turno do pleito, em 27 de outubro. **A decisão mais rápida foi proferida em 7 horas.** Nesse caso, o ministro negou o pedido de liminar. Outro processo com tramitação recorde teve o pedido de tutela de urgência julgado 11 horas após o recebimento da ação. (BRASIL, 2018ab, s.p., grifo nosso).

Mesmo com o tempo destacado como mais rápido para proferir uma decisão, sete horas, mostra-se ineficiente para dar um retorno efetivo a fim de lidar com o problema. A velocidade das redes não é seguida pelo tempo analógico do Judiciário – um impasse de solução difícil. O ministro Carlos Horbach (*apud* BRASIL, 2018ab, s.p.) destacou: “Precisamos dar respostas céleres exatamente porque o dano causado por essas notícias falsas deve ser o menor possível na imagem dos candidatos e na higidez das candidaturas”.

Na reportagem, o TSE analisa como rápido e efetivo o julgamento de medidas liminares em representações com pedidos de retirada de conteúdos. E destaca: “Em média, o Tribunal levou menos de dois dias para decidir os pedidos de liminar nas demandas levadas à sua apreciação” (BRASIL, 2018ab, s.p.). Segundo essa matéria, os processos sobre *fake news*

representaram “[...] menos de 12% do total das demandas submetidas aos três ministros designados para atuar no julgamento desses tipos de processos” (BRASIL, 2018ab, s.p.). Agora, vamos nos voltar para o conteúdo das decisões.

### **5.2.2 O desvelamento da dialetização**

Para a análise de conteúdo, demanda-se o domínio da investigação, com problemática de base e técnicas bem definidas, para, então, passar das leituras sistemáticas para um estágio de técnicas que vão se aperfeiçoando com o tempo como lembra Bardin (1977, p. 30): “Esse vai e vem contínuo possibilita facilmente a compreensão da frequente impressão de dificuldade no começo de uma análise, pois que nunca se sabe por onde começar”.

Essa constante metamorfose a que a pesquisadora francesa chama de análise de conteúdos tem características empíricas, dependendo do tipo de interpretação que é dada ao objeto. “Não existe um pronto-a-vestir em análise de conteúdo, mas somente algumas regras de base, por vezes, dificilmente intransponíveis” (BARDIN, 1977, p. 31). Assim, acaba por ser possível reinventá-la a todo momento.

Ante a pletera de modelos, a autora anuncia a necessidade de definir, entre tais modelos, para que vão servir, como funcionarão e os lugares possíveis de seu território. No caso desta tese, servirá como guia para categorização das decisões a partir dos códigos jurídicos colhidos nas narrativas processuais, bem como para interpretação e dialetização das narrativas e de seus códigos significantes.

Bardin (1977, p. 45) compara a função do analista como a de um arqueólogo, pois ele “[...] trabalha com vestígios: os documentos que pode descobrir ou suscitar”. Por isso, as tramas argumentativas das partes e dos ministros foram revistas de maneira exaustiva, dentro de suas unidades de contexto, com o intuito de esgotar a totalidade dos textos, e formaram a malha a ser desfiada dentro de uma pertinência entre conteúdo e objetivo da tese.

Entende o analista como aquele que infere conhecimento a partir do tratamento das mensagens que manipula e o iguala, então, a um detetive: “O analista trabalha com índices cuidadosamente postos em evidência por procedimentos mais ou menos complexos” (BARDIN, 1977, p. 35). Essa inferência se projeta por meio das causas que antecederam a mensagem (BARDIN, 1977).

Nesta tese, trata-se do processo judicial que inclui os pedidos, no caso, por exemplo de remoção de conteúdo, e as consequências que o enunciado vai provocar no feito



das sentenças e suas implicações na senda da liberdade de expressão e, inclusive, na seara democrática. Neste sentido, Bardin (1977, p. 44) afirma que “[...] a análise de conteúdo procura conhecer aquilo que está por trás das palavras sobre as quais se debruça”.

Qualitativamente, exercitamos um estudo pormenorizado dos temas, analisando os valores de referência, como, por exemplo, o direito à liberdade de expressão, e os modelos de solução da pendência judicial, quais os argumentos utilizados na resposta dada aos problemas.

Caminhamos, então, para as três fases principais da análise de conteúdo elencadas por Bardin (1977): a pré-análise, a fase de organização e condução dos esquemas de organização; a exploração do material seguido do tratamento dos resultados, da inferência e da interpretação.

Deliberamos sobre as regras para seleção do material escolhido, conforme os moldes delineados pela autora, quais sejam: exaustividade, esgotamento dos textos para então escolha da amostra; representatividade, seleção por meio de amostragem; homogeneidade, dentro do padrão estabelecido de pesquisa, e pertinência, adequação ao que se pretende estudar.

Neste estudo, escolhemos regra da homogeneidade, exaustividade e pertinência. Demandamos a homogeneidade pela escolha das decisões que tratassem das eleições presidenciais de 2018 e tivessem como questão de relevância as *fake news*. Exaustividade, pelo fato de que todas as decisões dos tribunais superiores foram analisadas para então selecionar quais as que contribuiriam para responder à pergunta de partida da tese. Garantimos a pertinência com arrimo na exclusão de julgados fora deste recorte e que não trariam contribuições relevantes para este experimento.

A organização da análise começou com a exploração de todo o material, para, então, fazer o tratamento dos resultados, uma leitura exaustiva com vistas a exercitar as inferências e as interpretações. “Corresponde a um período de intuições, mas tem por objetivo tornar operacionais e sistematizar ideias iniciais, de maneira a conduzir a um esquema preciso do desenvolvimento das operações sucessivas no plano de análise” (BARDIN, 1977, p. 95).

O levantamento jurisprudencial formou um *corpus* submetido ao procedimento analítico. Além de ter em conta os elementos deste *corpus*, foi necessário fazer destaques de casos específicos que surgem como representativos do universo pesquisado. Afinal, o olhar atento do pesquisador deve ser capaz de pinçar unidades significativas.

No procedimento para a seleção do *corpus*, foi levada em consideração a pertinência temática. Algumas ações entraram no rol do resultado da pesquisa da jurisprudência, mas as *fake news* não foram submetidas a xequê. Isso fez com que fosse

realizada exclusão de algumas ações que até tinham informações fraudulentas no corpo da trama jurídica, mas que, efetivamente, não foi enfrentada nas ações.

Para chegar a esse ponto, foram feitas diversas leituras e tratamentos para o refinamento da informação, com vistas a transformar o conteúdo em material de estudo. Programamos, então, a filtragem e o isolamento dos trechos considerados relevantes, identificando-se os pontos em que havia repetição ou continuidade de um processo.

Esse caminhar da pesquisa é um procedimento em constante aperfeiçoamento e assente na hipótese de que, com base no estudo, a atuação do Poder Judiciário não foi eficiente o bastante para evitar o efeito exaustivo da desinformação no período eleitoral. Isso porque “[...] torna-se necessário saber a razão porque é que se analisa, e explicitar de modo a que se possa saber como analisar” (BARDIN, 1977, p. 103).

Na preparação dos 63 julgados do TSE, porém, notamos que o volume das amostras ainda se encontrava demasiado diante dos objetivos. Foi preciso fazer um inventário, isolando os elementos e classificando-os a partir da pertinência, ou seja, avaliando se correspondia ao que fora demandado, a objetividade. “As categorias deveriam ser construídas de tal maneira que um elemento não pudesse ter dois ou vários aspectos suscetíveis de fazerem com que fosse classificado em duas ou mais categorias” (BARDIN, 1977, p. 120).

Depois da análise exploratória, foram selecionados recortes para compor as variáveis da pesquisa para deliberação de categorias, tornando o processo mais objetivo<sup>58</sup>. O primeiro foi o temporal, com inclusão da data do julgamento, no caso de outubro de 2018 a outubro de 2019, importante para mensurar o período em que as ações foram proferidas. “A referência ao contexto é muito importante para a análise avaliativa e para a análise de contingência” (BARDIN, 1977, p. 109).

Para auxiliar a pesquisa qualitativa, recorreremos ao *software* qualitativo de análise de dados Iramuteq<sup>59</sup> (*Interface de R pour les Analyses Multidimensionnelles de Textes et de Questionnaires*), com utilização da nuvem de palavras e análise de similitude. A ideia é usar a

---

<sup>58</sup> “Trabalhos científicos precisam expor todas as informações necessárias para que o caminho possa ser refeito por outros pesquisadores, seja para validar, seja para contestar as conclusões alcançadas. Conclusões sem o respectivo caminho utilizado para se chegar a elas restringem-se a suposições e especulações, perdendo o caráter científico.” (PALMA; FEFERBAUM; PINHEIRO, 2012, p. 15).

<sup>59</sup> *Software* livre que proporciona análises no campo estatístico a partir de texto ou tabelas de caracteres. “O IRAMUTEQ caracteriza-se como um método informatizado para análise de dados/textos, em que se busca apreender a estrutura e a organização do discurso, informando as relações entre os mundos lexicais mais frequentemente enunciados pelo sujeito. Utiliza como base a estrutura do *software* R para a realização dos cálculos e da linguagem Python. Assume que as palavras usadas em contexto similares estão associadas a um mesmo mundo lexical. Realiza, deste modo, análises quantitativas de dados textuais, pautadas em múltiplos contextos e segundo classes de conteúdo, com base na similaridade de vocabulário” (SALVADOR *et al.*, 2018, p. 2).

tecnologia de modo a auxiliar e complementar a análise de conteúdo por meio de mapas e jogos de palavras impressos a partir da alimentação do *software*.

Assim como nos meios de comunicação, o dizer no Direito tem como veículo a palavra. De efeito, coube à pesquisa utilizar os dados, juntamente com os julgados para constituir “[...] a compreensão dos discursos e ajudar a identificar as inferências mais plausíveis, a partir dos dados. Importa ainda dizer que esse não é um processo automático, mas uma etapa analítica em que o pesquisador é o elemento central” (SALVADOR *et al.*, 2018, p. 6).

Por isso, votamos por esse mecanismo de apoio para auxiliar no processo de tratamento de dados, no intuito de produzir análise de indicadores mais confiáveis que induzam a uma maior fundamentação. Reforçamos, por oportuno, que o trabalho essencial de leitura dos resultados é do pesquisador, que vai exercitar as capacidades analíticas e críticas para efetuar a análise dos dados.

O método para chegar aos resultados seguiu a orientação do Tutorial para uso do *software* de análise textual Iramuteq (CAMARGO; JUSTO, 2013). Todos os julgados foram colocados em único arquivo de texto, tomando cuidado de revisar os textos e fazer prioritariamente cópia das decisões para evitar que erros de digitação não levassem a análises diferentes. Alguns trechos foram suprimidos para não entrar na análise, como discussão que tratava sobre a pertinência ou não do pedido de medida liminar.

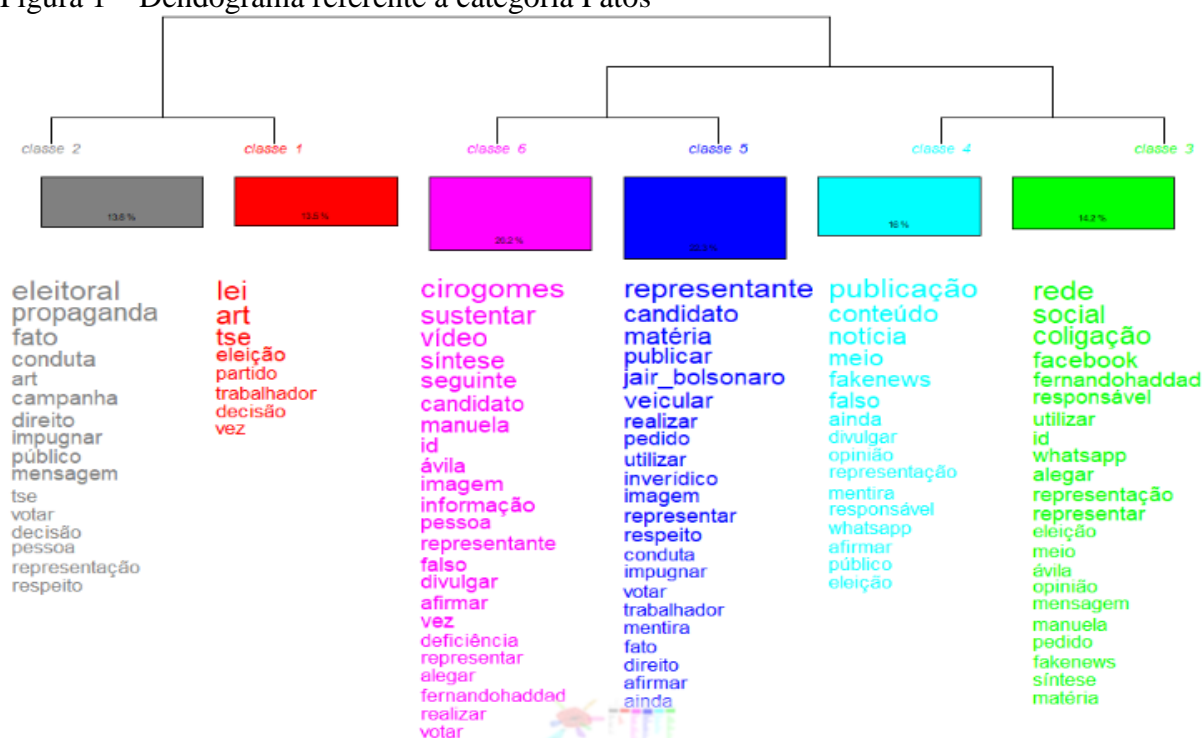
O estudo começou com a definição do *corpus* relacionado aos fatos apresentados nos julgados, do conjunto de textos a serem analisados. O *corpus* constituído por 63 decisões, separados em 365 segmentos de texto (ST), com aproveitamento de 282 STs (77,26%). Depois foram correlacionados segmentos do texto para formar um esquema hierárquico de classes. Desde então, tivemos acesso ao *cat* (Figura 1), “[...] que apresenta as partições que foram feitas no *corpus* até que se chegasse às classes finais” (CAMARGO; JUSTO, 2013, s.p.). É o dendograma que vai representar a “[...] quantidade e composição léxica de classes, a partir de um agrupamento de termos, do qual se obtém a frequência absoluta de cada um deles e o valor de qui-quadrado agregado” (SALVADOR *et al.*, 2018, p. 6). Os autores complementam:

Com base nessas palavras, pontos centrais do texto podem ser apontados, além de se compreender como os termos estão associados uns aos outros. **Essas classes representam o ambiente de sentido das palavras e indicam representações sociais ou elementos de representações sociais sobre o objeto social em estudo.** (SALVADOR *et al.*, 2018, p. 6, grifo nosso).

Emergiram, então, 12.805 ocorrências (palavras, formas ou vocábulos), categorizados em seis classes, que compreendem conjuntos de palavras que se reúnem por causa da proximidade e acabam por constituir um segmento específico. Partindo desse coletivo, aportamos à seguinte configuração: Classe 1, com 38 ST (13,48%), Classe 2, com 39 ST (13,83%), Classe 3, com 40 ST (14,18%), Classe 4, com 45 ST (15,96%), Classe 5, com 63 ST (22,34%) e Classe 6, com 57 ST (20,21%).

- Classe 1 – Termos acessórios, como art, lei, TSE, decisão, vez, partido.
- Classe 2 – Termos técnicos – TSE, art, decisão, fato, conduta, representação.
- Classe 3 – Veículos de comunicação – reúnem principalmente os meios utilizados para compartilhamento de conteúdo, como Facebook, WhatsApp, rede social.
- Classe 4 – Conteúdo – os termos relacionados à produção de conteúdo: *fake news*, conteúdo, opinião, divulgar, mentira.
- Classe 5 – Contexto – termos relacionados à contextualização do conteúdo: imagem, informação, falso, divulgar, vídeo.
- Classe 6 – Ações – termos vinculados às ações relacionadas aos atos que envolvem publicar, veicular, utilizar, impugnar, mentira, votar.

Figura 1 – Dendograma referente à categoria Fatos



Fonte: Iramuteq (2021).

O Iramuteq também forneceu uma nuvem de palavras (Figura 2), que “[...] agrupa e organiza as palavras graficamente em função da sua frequência. É a análise lexical mais simples, porém graficamente interessante, na medida em que possibilita a rápida identificação das palavras-chave de um *corpus*” (SALVADOR *et al.*, 2018, p. 7). Destaca-se o fato de que as palavras são posicionadas aleatoriamente, mas algumas surgem maiores do que as outras, possibilitando a inferência a partir do seu destaque no *corpus* de análise da pesquisa.

Na nuvem de palavras formada por meio dos fatos descritos nas decisões que compõem o estudo, constatamos que as palavras mais citadas foram: “candidato”, “eleitoral”, “Jair Bolsonaro”, “falso” e “lei”, mostrando que as decisões foram focadas na questão eleitoral e envolviam o, então candidato, presidente Bolsonaro:

Figura 2 – Nuvem de palavras da categoria Fatos



Fonte: Iramuteq (2021).

Aparecem também as palavras *fake news*, *gay*, publicação, mentira, mensagem e deficiência. Para entender a relação entre as palavras, é necessário citar uma ação que foi formalizada pela Coligação O Povo Feliz de Novo e por Fernando Haddad, com pedido liminar e de direito de resposta, contra a Coligação Brasil Acima de Tudo, Deus Acima de Todos, e seu candidato ao cargo de presidente da República, Jair Messias Bolsonaro, com pedido de exclusão de vídeos que afirmam a adoção do livro “Aparelho Sexual e Cia” pelo Ministério da Educação durante a gestão do candidato Fernando Haddad. Ao noticiar a decisão sobre a ação, o TSE destacou:

Por determinação do ministro do Tribunal Superior Eleitoral (TSE) Carlos Horbach, o Facebook e o YouTube deverão retirar do ar seis vídeos em que se afirma que o livro “Aparelho Sexual e Cia” foi adotado em programas governamentais enquanto o candidato Fernando Haddad (PT) ocupou o cargo de ministro da Educação (2005-2012). Conforme a decisão, a notícia é sabidamente inverídica, uma vez que o livro jamais chegou a ser adotado pelo Ministério da Educação (MEC). [...]. Segundo o relator, a difusão da informação equivocada acerca da distribuição do livro gera desinformação no período eleitoral com prejuízo ao debate político, o que recomenda a remoção dos conteúdos com tal teor. (BRASIL, 2018e, s.p.).

Em outra representação (BRASIL, 2018z), a coligação do candidato à presidência Jair Messias Bolsonaro sustentou que a divulgação de *fake news* através do Facebook prejudicava a campanha do candidato Jair Messias Bolsonaro e pediu a exclusão de um vídeo publicado no dia 16/10/2018, com o título “O Brasil Feliz de Novo – Kit Gay é mentira”.

Segundo os reclamantes, o conteúdo continha *fake news* por divulgar inverdades contra o candidato Jair Messias Bolsonaro, afirmando que a expressão “*Kit Gay*”, em referência a um projeto de lei do Governo Federal, não era autoria de Jair Bolsonaro. Este teria apenas repetido o termo utilizado no contexto de repercussão dos fatos e polêmicas noticiados na imprensa que envolveram a discussão de sua aprovação no Congresso Nacional. Ao julgar o caso, o ministro Luís Felipe Salomão destacou:

Na espécie, em juízo preliminar, malgrado a mensagem de que “o TSE determinou a remoção de todas as mentiras de Bolsonaro a respeito do *kit gay*”, o que, efetivamente, não condiz com os fundamentos jurídicos constantes de decisões proferidas por esta Corte Superior, penso não ser o caso de remover a postagem e o vídeo hostilizado, pois o controle sobre quais conteúdos ou nível das informações veiculadas, se aceitáveis ou não, deve ser realizado pela própria sociedade civil. A atuação da Justiça Eleitoral – no âmbito da propaganda eleitoral em internet e redes sociais – deve ser minimalista, sob pena de silenciar o discurso dos cidadãos comuns. (BRASIL, 2018z, s.p.).

Passadas as Eleições 2018, os representados solicitaram a extinção do feito, sem resolução de mérito, pela perda do objeto, ante a ausência superveniente do interesse de agir. A decisão destacou que, com o encerramento das eleições, o objeto da demanda desapareceu, perdeu-se o interesse de agir e o processo foi extinto sem resolução do mérito (BRASIL, 2019c).

O candidato Jair Messias Bolsonaro também entrou com representação (BRASIL, 2018r) contra o candidato Fernando Haddad e sua coligação, alegando ofensas em programa eleitoral. A reclamação alegou ser *fake news* informação divulgada de que o representante votou contra lei que protege pessoas com deficiência e, neste contexto, o uso de trecho de fala fora de contexto, por meio de montagem, distorcendo as palavras do candidato.

Defendeu, categoricamente, que a informação era falsa, uma vez que a lei tinha sido aprovada por unanimidade pela Câmara dos Deputados, tendo Jair Bolsonaro votado

contra apenas a um destaque proposto. Pedem, assim, suspensão imediata da propaganda, além do direito de resposta (BRASIL, 2018r).

O ministro relator não verificou montagem ou trucagem na propaganda, atos proibidos pelo art. 54 da Lei n. 9.504/1997, o qual se refere aos métodos no sentido de falsear a realidade, difamar ou satirizar candidatos. Reitera o § 1º do art. 65 da Res.-TSE no 23.551/2017 que dispõe acerca da não admissão de cortes ou censura prévia nos programas eleitorais gratuitos (BRASIL, 2018r). Registra que, no dia anterior a esta decisão já havia apreciado uma reclamação que questionava o conteúdo na mesma inserção analisada e tinha indeferido a liminar “[...] porque a propaganda impugnada expõe acontecimento amplamente divulgado pela mídia nacional e que, embora possa repercutir no pleito eleitoral, traduz fatos efetivamente ocorridos, imagens e falas reais, já conhecidas, portanto, pela população” (BRASIL, 2018q, s.p.).

Entende, porém, haver um fato novo para ensejar diferente decisão. Na representação em questão, argumenta-se que seria inverídico que o representante tenha votado contra lei utilizando com argumento a utilização de uma notícia de revista manifestadamente *fake news* e salienta que um portal dedicado a desmentir boatos havia desmentido tais fatos (BRASIL, 2018r).

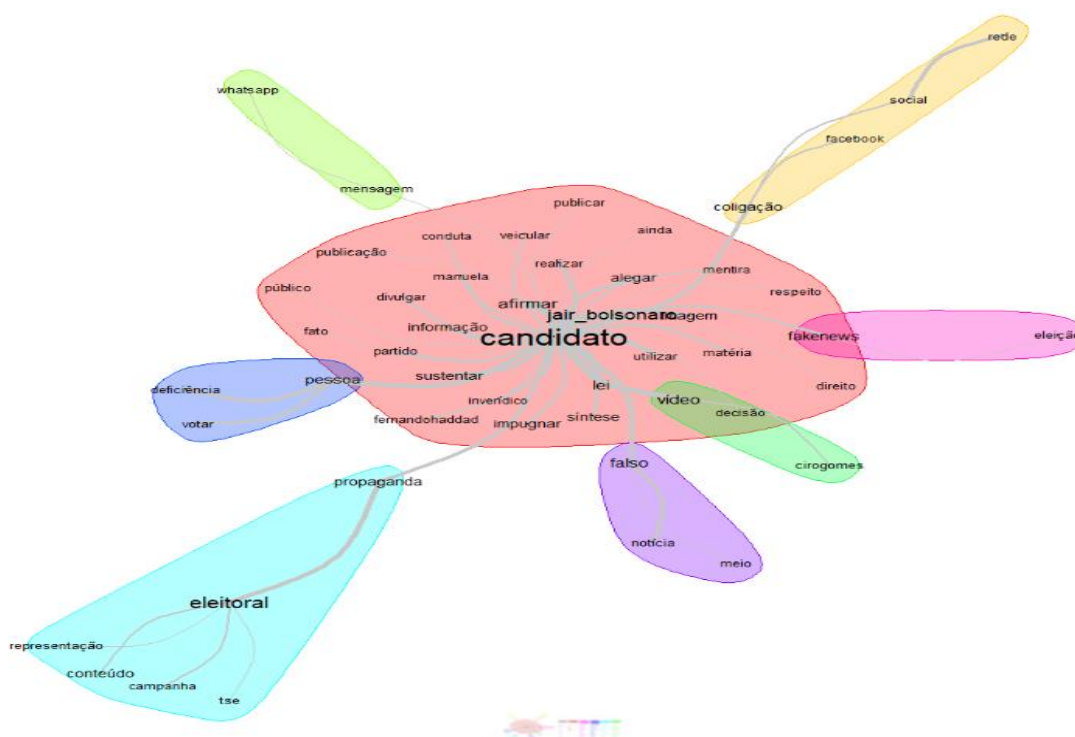
O Ministro relator destaca casos referentes a publicações de *live* nas redes sociais do representante, acusando o candidato Haddad de desinformar os eleitores e afirmando que a equipe dele retirou do ar postagem no Twitter criticando Bolsonaro por supostamente ter votado contra a lei. Defere, então, a liminar para determinar que os representados cessem divulgação de propaganda em decorrência da divulgação de fato sabidamente inverídico relacionado à aprovação da Lei Brasileira de Inclusão da Pessoa com Deficiência (LBI) (BRASIL, 2018r).

Parte-se, então, para a análise de similitude para a escolha de alguns parâmetros para a construção da árvore de ocorrências. Esta análise é baseada na teoria dos grafos<sup>60</sup>, para colaborar na identificação de relação de conexão entre as palavras. O tamanho das palavras e a espessura dos traços que as unem trazem indicações da conexão entre as palavras e auxiliam na identificação da estrutura de um *corpus* textual.

---

<sup>60</sup> “A teoria dos grafos estuda objetos combinatórios – os grafos – que são um bom modelo para muitos problemas em vários ramos da matemática, da informática, da engenharia e da indústria. Muitos dos problemas sobre grafos tornaram-se célebres porque são um interessante desafio intelectual e porque têm importantes aplicações práticas.” (FEOFILOFF; KOHAYAKAWA; WAKABAYASHI, 2011, p. 5).

Figura 3 – Análise da similitude da categoria Fatos



Fonte: Iramuteq (2021).

Assim, foi possível verificar as incidências das palavras e as indicações da complexidade entre estas, auxiliando na identificação da estrutura do conteúdo de um *corpus* textual. No caso em tela, observa-se a junção das palavras “*fake news* e eleições”, “falso, notícia e meio”, “propaganda, eleitoral, representação, tse, conteúdo, campanha”, o que denota a relação constante do problema da mentira com as eleições e o Tribunal Eleitoral.

Tanto o dendograma como a nuvem de palavras mostram que o candidato Jair Bolsonaro foi o pivô dos casos levados à Justiça Eleitoral. O dendograma revela, ainda, a relação de Ciro Gomes com vídeos, disposto no destaque em verde escuro. O candidato entrou com representações para pedir retirada de conteúdo de vídeos porque se viu prejudicado diante da edição de falas consideradas falsas, levando o eleitor para uma interpretação equivocada de pronunciamentos realizados pelo então candidato. Numa das ações, busca impugnar “[...] propaganda eleitoral negativa consistente em vídeo publicado em rede social, sob o fundamento de que seu conteúdo veicula informação falsa” (BRASIL, 2018p, s.p.).

Os vídeos tratam de vários conteúdos, num dos quais “O representante assevera que o indigitado vídeo é ilustrado com foto manipulada do pré-candidato Ciro Gomes ‘fumando um cigarro de maconha’” (BRASIL, 2018n, s.p.). Neste caso, “Argumenta que o vídeo em questão, a um só tempo, caracteriza *fake news* e propaganda eleitoral negativa



extemporânea, o que autoriza a atuação do Tribunal Superior Eleitoral” (BRASIL, 2018n, s.p.). Assim, destaca que o caso não se encontraria protegido pela liberdade de expressão por abrigar conteúdo “[...] abusivo, irresponsável e ofensiva tanto à legislação eleitoral como aos direitos individuais de Ciro Gomes, no intuito de enfraquecer sua pré-candidatura” (BRASIL, 2018n, s.p.).

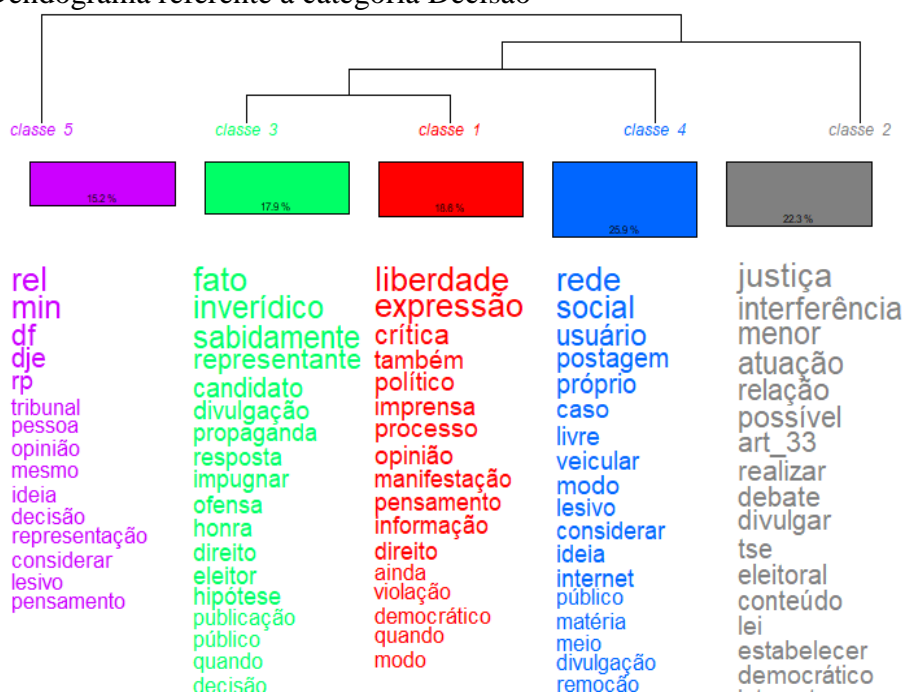
A análise de similitude ainda vinculou WhatsApp como mensagem, tendo em vista não apenas ações envolvendo o jornal *Folha de S.Paulo*, que divulgou matéria denunciando uso do aplicativo na disseminação de conteúdo falso nas eleições e ainda a consulta do partido PSOL solicitando providências ao TSE para evitar que o aplicativo prejudicasse o ecossistema informacional durante as eleições (BRASIL, 2018x, s.p.). Esses pontos serão aprofundados posteriormente.

### 5.2.3 As inferências das decisões

O *corpus* foi constituído por 63 decisões, separados em 636 segmentos de texto (ST), com aproveitamento de 440 ST (69,18%). Emergiram 21.365 ocorrências (palavras, formas ou vocábulos), categorizados em cinco classes: Classe 1, com 82 ST (18,64%), Classe 2, com 98 ST (22,27%), Classe 3, com 79 ST (17,95%), Classe 4, com 114 ST (25,91%), Classe 6, com 67 ST (15,23%).

- Classe 1 – Valores – compõe-se especificamente de direitos, como liberdade de expressão, opinião, pensamento, direito.
- Classe 2 – Decisões – são termos relacionados às decisões, incluindo o art. 33 da Res.-TSE 23.551/2017, que foi o mais citado pelos ministros julgadores, o fato e dizer que a justiça eleitoral deve ter a menor interferência possível no desenrolar das ações.
- Classe 3 – Fatos – entram na linha argumentativa dos representantes: fato sabidamente inverídico, ofensa à honra, publicação.
- Classe 4 – Veículos – reúnem palavras atinentes às publicações: rede social, usuário, postagem, internet.
- Classe 5 – Termos acessórios – compreende as palavras, em ordem de importância, “rel”, “min”, “df”, “eleição”, “partido”, “trabalhador” e “decisão”.

Figura 4 – Dendrograma referente à categoria Decisão



Fonte: Iramuteq (2021).

Verifique-se que a referência ao art. 33<sup>61</sup> da Res.-TSE 23.551/2017 se dá amplamente. Este prevê a mínima intervenção da Justiça Eleitoral no debate democrático. Então, na medida em que um processo tem o seguimento negado, não deixa de ser uma maneira de deixar as coisas transcorrerem fora de uma alçada de justiça.

ELEIÇÕES 2018. RECURSO INOMINADO. REPRESENTAÇÃO. *FAKE NEWS*. FACEBOOK. TWITTER. YOUTUBE. REMOÇÃO DE CONTEÚDO. LIMINAR. PERDA DA EFICÁCIA. DESPROVIMENTO. 1. Nos termos do art. 33, *caput* e § 1º da Res.-TSE 23.551, a atuação da Justiça Eleitoral em relação a conteúdos divulgados na internet deve ser realizada com a menor interferência possível no debate democrático, a fim de assegurar a liberdade de expressão e impedir a censura, limitando-se às hipóteses em que, mediante decisão fundamentada, sejam constatadas violações às regras eleitorais ou ofensas a direitos de pessoas que participam do processo eleitoral. (BRASIL, 2019a, s.p.).

Uma representação relacionada às eleições de 2018 e que trata sobre o núcleo duro das *fake news* foi solicitada pelo partido da então pré-candidata à Presidência da República, Marina Silva, que se dizia vítima da divulgação de notícias falsas ofensivas à imagem política por meio de um perfil anônimo do Facebook. Foram apresentadas cinco

<sup>61</sup> “Art. 33. A atuação da Justiça Eleitoral em relação a conteúdos divulgados na internet deve ser realizada com a menor interferência possível no debate democrático (Lei nº 9.504/1997, art. 57-J). § 1º Com o intuito de assegurar a liberdade de expressão e impedir a censura, as ordens judiciais de remoção de conteúdo divulgado na internet serão limitadas às hipóteses em que, mediante decisão fundamentada, sejam constatadas violações às regras eleitorais ou ofensas a direitos de pessoas que participam do processo eleitoral.” (BRASIL, 2017/[2018b], s.p.).

postagens com teor considerado pelo partido como “alegadamente danoso” (BRASIL, 2018j, s.p.).

Tais notícias se referiam a afirmações relacionadas ao envolvimento com corrupção e foram publicadas em março, abril, outubro, dezembro de 2017. As informações publicadas são contestadas pelos representantes, haja vista não terem sido apresentadas provas. Relembrem, ainda, o fato de a mesma postulante ter sido vítima de *fake news* em 2014 (BRASIL, 2018j).

Na reclamação, as partes destacam a necessidade de relativização da liberdade de expressão diante de seu exercício abusivo, e sublinham o fato do uso de anonimato para publicação, tendo em vista que esta garantia constitucional não alberga publicações que não trazem o nome de quem deve ser responsabilizado (BRASIL, 2018j).

Alertam sobre a necessidade de concessão de medida liminar diante da urgência e da rapidez com que se dissemina conteúdo capaz de ofender imagem política. Pedem, então, remoção dos endereços, identificação de quem criou a página onde foi publicada, número das máquinas para cadastro na rede social e publicação a propagação destas, além dos registros de acesso (BRASIL, 2018j).

Subsidiariamente, foi pedido, em face de mérito, que, ante a não possibilidade de identificação dos administradores, o perfil fosse desativado com previsão de multa para o caso de não cumprimento. Demandaram medida liminar para a exclusão do conteúdo, caso o anonimato não fosse solucionado (BRASIL, 2018j).

Na decisão, o ministro Sérgio Silveira Banhos salienta a necessidade de se garantir um processo eleitoral de modo regular sob o manto das balizas constitucionais. E que, diante da velocidade com que a informação se multiplica, o risco de danos pode ser desastroso. Reconhece o uso da internet como “[...] arma de manipulação do processo eleitoral dá vez à utilização sem limites das chamadas *fake news*” (BRASIL, 2018j, s.p.).

O ministro, na mesma decisão, lembra que a desinformação é estratégia eleitoral antiga de quem faz política:

Como a recepção de conteúdos pelos seres humanos é seletiva e a desinformação reverbera mais que a verdade, o uso de *fake news* é antigo e eficaz mecanismo para elevar o alcance da informação e, como consequência, enfraquecer candidaturas. (BRASIL, 2018j, s.p.).

O que distingue a desinformação contemporânea é, ainda segundo a decisão, “[...] o fato de sua disseminação ser mais rápida, fácil, barata em escala exponencial” (BRASIL, 2018j, s.p.). O relator chama a atenção ainda para o fato de a verdade humana relacionar-se

com o viés emocional e subjetivo, e prescindir dos fatos. Além disso, considera notícias com vieses ideológicos das redes sociais como mais chamativas do que da imprensa tradicional. “É a força da mentira vencendo os reais acontecimentos, a qual estimula a polarização política desmedida, gerando terreno fértil para a desinformação do eleitor” (BRASIL, 2018j, s.p.).

O ministro Sérgio Silveira Banhos faz a releitura dos tempos líquidos, incertos e voláteis destacados por Bauman (2007) e analisa como esse contexto pode contribuir para geração a manipulação do debate político nas redes sociais. Outro ponto analisado pelo relator é a necessidade de retomar valores, como sendo de bom-senso, ética e fraternidade como cautela nestes contextos. Ele destaca, também, as eleições de 2018 como um ponto de virada na democracia (BRASIL, 2018j).

Nessa quadra, a intervenção da Justiça Eleitoral, até pela importância das mídias sociais nessas eleições de 2018, deve ser firme, mas cirúrgica. É saber estabelecer a contraposição entre o direito à liberdade de expressão, consagrado na Constituição Federal de 1988, e o direito também constitucional e sagrado de bem exercer a cidadania ativa, no sentido de garantir-se a todos o direito de votar conscientemente, com esteio em concepções fundadas na verdade dos fatos, buscando na aderência do resultado eleitoral a real vontade dos eleitores. É de cidadania e legitimidade que isso se trata.

Ao analisar o perfil nas redes sociais destacado pela reclamante, a candidata Marina da Silva, o Ministro relator observa que é propagador de informações não checadas e sensacionalistas e tem mais de 1,7 milhão de seguidores. As publicações reclamadas apresentam inverdades de maneira “exagerada e efusiva”. Reconhece, ainda o anonimato das publicações (BRASIL, 2018j).

Considera, então, a liberdade de expressão como garantia fundamental constitucional, mas que não abriga a manifestação anônima, conforme o art. 5º, inciso IV, da CF.

A ausência de identificação de autoria das notícias, portanto, indica a necessidade de remoção das publicações do perfil público. Ainda que assim não fosse, observa-se que as informações não têm comprovação e se limitam a afirmar fatos desprovidos de fonte ou referência, com o único objetivo de criar comoção a respeito da pessoa da pré-candidata. (BRASIL, 2018j, s.p.).

O relator analisa o estilo de escrita como indício de existência de conteúdo falso, mesmo sem afirmar que todas as *fake news* sigam o mesmo padrão de redação. Destaca pesquisas recentes que mostram traços comuns de produção, como o estilo sensacionalista, prevalência de primeira pessoa, erros gramaticais e uso de palavras de juízo de valor e extremismo. Neste contexto, o relator compreende como inegável a possibilidade de as

postagens acarretarem prejuízos graves. Entendendo como pressupostos de cautela, deferiu liminar a fim de proceder remoção das URL no prazo de 48 horas, nos termos do art. 33, § 3º, da Res.-TSE n. 3.551/2017. Não percebeu, porém, haver fundamento para determinar sobre informação dos *links* compartilhados de maneira liminar. “Todos os *links* contidos nas postagens do perfil são públicos e podem ser acessados pelas URLs indicadas pelos representantes, não havendo necessidade de que seja determinada sua indicação pelo representado” (BRASIL, 2018j, s.p.).

O Ministro não considera procedente o pedido de informação sobre mensagens instantâneas trocadas pelo perfil, por se tratarem na “[...] esfera última da intimidade do ente, não havendo a indicação de qualquer fundamento idôneo que justifique tal quebra de privacidade” (BRASIL, 2018j, s.p.). Assim, não analisa existir dever legal para o provedor de aplicações armazenar o conteúdo das mensagens, mas apenas dos registros de acesso.

Nesse sentido, cita jurisprudência do Tribunal Superior Eleitoral, que destacou o art. 15 da Lei n. 12.965/2014. Este limita o prazo de seis meses para que o provedor de aplicações de internet mantenha registros de acesso a aplicações de internet. Na mesma lei, o art. 5º, VIII, o conjunto de informações referentes a data e hora de uso de uma determinada aplicação de internet a partir de um determinado endereço de IP. “Inexiste obrigação legal para o armazenamento, por qualquer prazo, das informações ao conteúdo das mensagens trocadas em perfil do Facebook” (BRASIL, 2018j, s.p.).

Assim, entende não haver fundamento legal para informações dos *logs* de acesso do dia 29.3.2017 ao dia 20.12.2017. Afinal, nos termos do art. 15 da Lei n. 12.965/2014, o provedor de aplicações deve manter os respectivos registros de acesso pelo prazo de seis meses. Portanto, apenas os registros de acesso relativos à última postagem, datada de 20.12.2017, deveriam ser disponibilizados pelo representado (BRASIL, 2018j).

Com relação ao pedido dos representantes acerca da identificação dos números de IP das conexões usadas para realização do cadastro inicial do Facebook e para publicação ou propagação das informações, a requisição judicial de registros deve, todavia, indicar o período ao qual se referem (art. 22, parágrafo único, inciso III, da Lei n. 12.965/2014), sendo inadmissível a requisição genérica da conexão “[...] responsável pela publicação ou propagação” (BRASIL, 2018j, s.p.). Portanto, entende ser relevante identificar apenas o IP utilizado no momento do cadastro inicial.

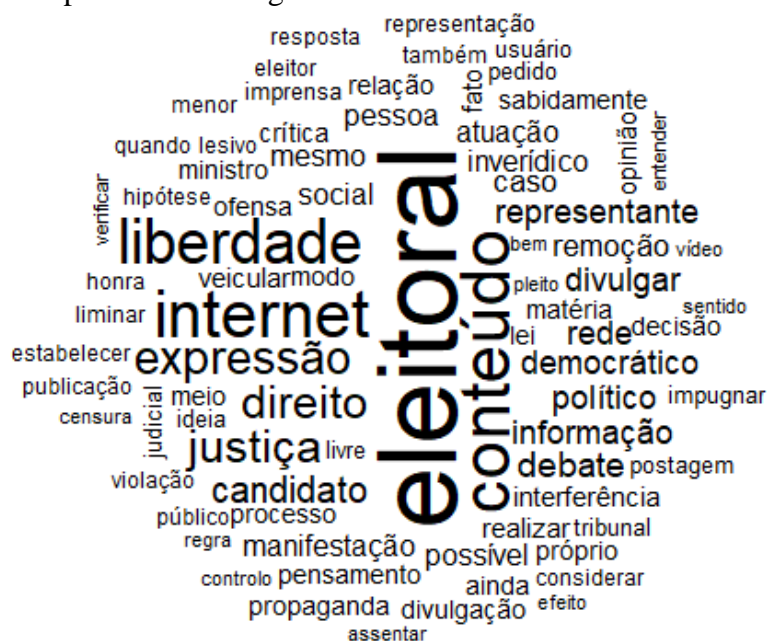
O Ministro relator defere o pedido de liminar para a disponibilização dos dados pessoais não só do criador, mas também dos administradores do perfil, para eventual responsabilização, conforme art. 10, § 1º, da Lei n. 12.965/2014, e dá 48 horas para remoção

do conteúdo nos termos do art. 33, § 3º, da Res.-TSE n. 23.551/2017; e a disponibilização dos registros de acesso à última postagem impugnada, de 20.12.2017, nos termos do art. 22 da Lei n. 12.965/2014 (BRASIL, 2018j).

Define, ainda, liminar para identificar o número de IP da conexão no prazo de 10 dias e disponibilização dos dados pessoais dos criadores e dos administradores do perfil, conforme art. 10, § 1º, da Lei n. 12.965/2014. Prevê, ainda, citação do representado para apresentar defesa no prazo de dois dias e intimação do Ministério Público Eleitoral para se manifestar em dois dias, conforme do art. 8º da Res.-TSE n. 23.547/2017. Pede-se citação do representado para que apresente defesa no prazo de dois dias, nos termos dos artigos 8 e 12 da Res.-TSE n. 23.547/2017 (BRASIL, 2018j).

Com relação às decisões, foi analisada também a nuvem de palavras obtidas por meio dos fatos descritos nas decisões que compõem o estudo, verificando-se que as palavras mais citadas foram: “eleitoral”, “conteúdo”, “internet”, “liberdade”, “expressão” e “direito”, mostrando que as decisões foram focadas na questão eleitoral, liberdade de expressão e internet, conforme mostra a figura a seguir.

Figura 5 – Nuvem de palavras da categoria Decisão

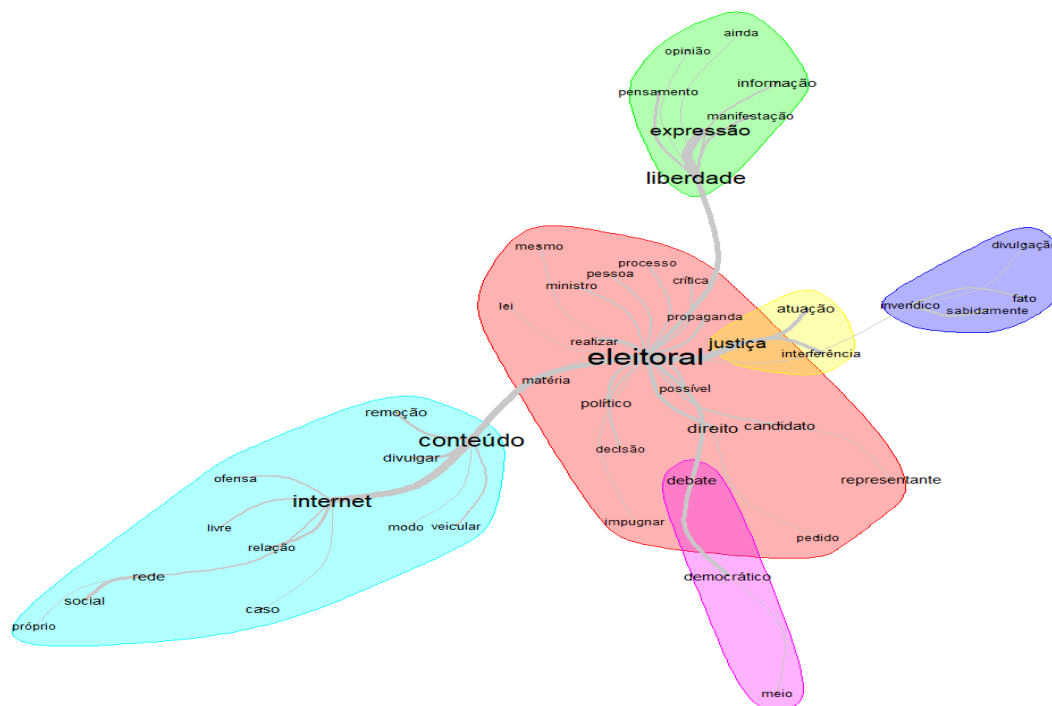


Fonte: Iramuteq (2021).

Com supedâneo na teoria dos grafos, percebem-se as incidências das palavras e as indicações da conexidade entre estas, auxiliando na identificação da estrutura do conteúdo de um *corpus* textual. No caso em tela, observa-se que existem quatro palavras que se destacam nos fatos das decisões estudadas: “justiça”, “conteúdo”, “internet” e “expressão”. Estas são as

palavras nucleares referentes à judicialização das *fake news*, fato demonstrativo de que há relevância dos estudos da liberdade de expressão e produção de conteúdo na internet como questões primordiais no debate das campanhas.

Figura 6 – Análise de similitude referente da categoria Decisão



Fonte: Iramuteq (2021).

Há, ainda, outro elemento de destaque: a palavra Internet. Ou seja, o campo digital aparece protagonizando as questões relacionadas às *fake news*. Nesta nuvem não aparecem alusões nem a televisão nem a rádio. Essa nuvem leva a entender que o lugar de debate e o lugar de confrontação da verdade ou da mentira passaram a ser outros: saindo da televisão e do rádio e ficando, prioritariamente, na Internet, conforme já avaliado.

Denotamos, novamente, um aprofundamento em relação ao estudo qualitativo. Neste, que só contemplavam categorias que estavam nos gráficos, não surgia, naturalmente, a questão da liberdade de expressão. O qualitativo já aprofunda a dialetização: existe a mentira, existe a mentira atrelada às redes sociais, que passaram a constar no banco dos réus e o confronto com a liberdade de expressão.

Ao observar a Figura 6, vê-se isso claramente: os ramos horizontais que trazem conteúdo-internet-ofensa e divulgação-fato-inverídico sendo contrapostos pelos ramos verticais que apontam liberdade-expressão e debate-democrático. No meio desse cruzamento, está o núcleo justiça, desdobrando-se entre atuação e interferência.

Foi citado anteriormente que as principais ações requeridas eram as redes sociais, mas é relevante lembrar que são expedientes para, destes, candidatos e partidos se utilizarem, com vistas à produção de conteúdo considerado pelos recorrentes como infração comunicacional. No aprofundamento da pesquisa qualitativa, vão emergindo mais elementos para refinar as articulações a fim de aprimorar as interpretações e intensificar a dialetização do fenômeno no âmbito da sua complexidade.

#### 5.2.4 A *checagem dos fatos*

Perante as ações, os argumentos sempre apontam para conteúdo produzido com viés de desinformação, com amplo intuito de causar desordem informacional. A indagação a que se procede, então, é: como a Justiça Eleitoral pode ser capaz de dizer a verdade diante de tantos aparatos tecnológicos que se ressignificam a cada instante?

Percebemos que há decisões em que o próprio juiz faz a verificação do que os recorrentes denunciam como *fake news*. Em 16 de outubro de 2018, ao analisar reclamação da coligação Brasil Acima de Tudo, Deus Acima de Todos, o ministro Sérgio Silveira Banhos argumenta:

Na hipótese dos autos, ao menos em exame prefacial, após ouvir atentamente o áudio da propaganda questionada, **verifiquei que houve sobreposição e repetição de sons à fala do candidato Jair Bolsonaro**, sugerindo a utilização de montagem e trucagem, de modo a desvirtuar a realidade dos fatos, por meio da vinculação da fala do candidato à violência que aflige a população brasileira. De ressaltar, ademais, que se trata de propaganda veiculada em rádio, o que potencializa a dramaticidade com que os fatos são narrados, podendo inviabilizar a livre formação da convicção pelo receptor da mensagem. (BRASIL, 2018r, s.p., grifo nosso).

Neste caso, o próprio Ministro relator verificou, por si, a utilização de montagem e trucagem a partir da sobreposição e repetição de sons. A preocupação é: os juízes estão preparados para fazer esse tipo de exame? Tecnicamente, conhecem como se dá o efeito de edição? Há ainda outra problematização: é função da Justiça Eleitoral checar fatos?

Em julgamento da medida liminar solicitada pelo Diretório Nacional do Partido Democrático Trabalhista (PDT), o ministro Sérgio Banhos destaca o esforço de analisar o conteúdo destacado pelo então candidato Ciro Gomes como informação falsa e ofensiva:

**Em pesquisa no Google, constata-se que o conteúdo impugnado nada mais é que a repercussão de uma antiga entrevista na qual o candidato, perguntado se quer a estatização das empresas, afirma:** Não quero estatização nenhuma. Eu quero controle social e o fim da ilusão moralista católica. O fim da ilusão. A humanidade precisa de controle. Não adianta alguém imaginar que um anjo vingador



vai descer do céu, estalar o chicote e resolver o problema nacional brasileiro. (BRASIL, 2018l, s.p., grifo nosso).

E, assim, finda por entender que não se vislumbrou, na hipótese dos autos, a divulgação de fato sabidamente inverídico e gravoso à imagem ou à candidatura do representante do PDT. Cita a doutrina de Coneglian (2016), segundo a qual fatos sabidamente inverídicos são os que apresentam flagrante expediente de desinformação com objetivo de levar o eleitor a erro (BRASIL, 2018l).

O ministro Edson Fachin, no julgamento do pedido liminar na Rp n. 0601775-65/DF, entende não ser obrigação da Corte Eleitoral indicar qual é o conteúdo verdadeiro e que a intenção de divulgar fatos sabidamente inverídicos para prejudicar o pleito eleitoral não deve ser presumida. Não cabe, também tutelar, de forma paternalista, a livre escolha do cidadão. “Em uma sociedade democrática, são os cidadãos os primeiros responsáveis pela participação honesta e transparente no espaço público. A Justiça Eleitoral não deve, portanto, atrair para si a função de *‘fact-checking’* ou ainda realizar um controle excessivo” (BRASIL, 2018x, s.p.).

O ministro entende que informações falsas estão num contexto de livre circulação de ideias. “[...] deve-se ter em conta que a intenção de divulgar fatos sabidamente inverídicos para prejudicar o pleito eleitoral não pode ser presumida pela Corte Eleitoral. A crítica que infirma as informações falsas pressupõe a livre circulação de ideias e a sua confrontação pública” (BRASIL, 2018x, s.p.). Esta decisão virou um paradigma citado em outras decisões.

### ***5.2.5 Dilemas do paternalismo, da cidadania ativa e da liberdade de expressão***

Outro ponto que parece ser pertinente à discussão nesta tese é o debate sobre a atitude em relação à liberdade de expressão do eleitor. Segundo reportagem do TSE, nos julgados sobre *fake news*, “[...] os magistrados basearam suas decisões em princípios constitucionais consagrados, tais como o direito ao livre pensamento e à liberdade de expressão, essenciais para o debate político-eleitoral no Estado Democrático de Direito” (BRASIL, 2018w0, s.p.). Por isso, os juízes reforçaram a necessidade de realizar a menor inferência no debate político e democrático.

A Representação 0601775-65.2018.6.00.0000, em que o ministro Edson Fachin negou a representantes do PSOL o pedido de restrição do WhatsApp, destaca, ainda, que cabe aos cidadãos a responsabilidade por uma participação honesta e transparente do espaço público (BRASIL, 2018x, s.p.).

Ao analisar a Representação 0601793-86.2018.6.00.0000 ajuizada por Jair Messias Bolsonaro, pedindo remoção de postagens, o ministro Luís Felipe Salomão indefere o pedido, alegando “[...] não é possível aferir se as notícias foram produzidas intencionalmente para desvirtuar ou falsear a realidade, ou se decorreram de equívocos ou de negligência de veículos de mídias sociais” (BRASIL, 2018z, s.p.). O ministro defende o argumento de ser da sociedade o controle para discernir se a informação é aceitável ou não, e ressalta que a atuação da Justiça Eleitoral no âmbito da internet deve ser minimalista para não silenciar discurso do cidadão comum ou prejudicar o trabalho da imprensa no debate democrático.

Na Representação 0600718-12.2018.6.00.0000, o ministro Luís Felipe Salomão também ressalta a liberdade de expressão no campo político-eleitoral, destacando decisão do Supremo Tribunal Federal, que dispõe na sua decisão:

A liberdade de expressão no campo político-eleitoral abrange não só manifestações, opiniões e ideias majoritárias, socialmente aceitas, elogiosas, concordantes ou neutras, mas também aquelas minoritárias, contrárias às crenças estabelecidas, discordantes, críticas e incômodas. Nesse sentido, a liberdade de expressão não abarca somente as opiniões inofensivas ou favoráveis, mas também aquelas que possam causar transtorno ou inquietar pessoas, pois a democracia se assenta no pluralismo de ideias e pensamentos (ADI no 4439/DF, rel. Min. Luís Roberto Barroso, rel. p/ ac. Min. Alexandre de Moraes, Tribunal Pleno, DJe de 21.6.2018). (BRASIL, 2018m, s.p.).

Assim, entende que, neste ambiente que demanda liberdade, reitera que retirada de conteúdo deve ocorrer com a menor interferência possível, inclusive pelo fato de que os pré-candidatos estão sujeitos a maior escrutínio por parte da opinião pública, como já deliberou a ministra Rosa Weber (BRASIL, 2018m).

Na Representação 0600720-79.2018.6.00.0000, o ministro Luís Felipe Salomão reproduz também precedente do Tribunal, que delibera:

A liberdade de expressão reclama proteção reforçada, não apenas por encerrar direito moral do indivíduo, mas também por consubstanciar valor fundamental e requisito de funcionamento do Estado democrático de Direito, motivo por que o direito e de expressar e suas exteriorizações ostenta uma posição preferencial dentro do arquétipo constitucional das liberdades. A proeminência da liberdade de expressão deve ser trasladada para o processo político-eleitoral, mormente porque os cidadãos devem ser informados da variedade e riqueza de assuntos respeitantes e eventuais candidatos, bem como ações parlamentares praticadas pelos detentores de mandato efetivo [...]. A exteriorização de opiniões, por meio da imprensa de radiodifusão sonora, de sons e imagens, sejam elas favoráveis ou desfavoráveis, faz parte do processo democrático, não podendo, bem por isso, ser afastada, sob pena de amesquinhá-lo e, no limite, comprometer a liberdade de expressão, legitimada e legitimadora do ideário de democracia (AgR-REspe nº 1987-93/AP, rel. Min. Luiz Fux, DJe de 27.10.2017). (BRASIL, 2018o, s.p.).

Na representação 0601765-21.2018.6.00, o ministro Sérgio Banhos considera que não se deve “[...] tolher a liberdade do debate democrático na Internet” (BRASIL, 2018s, s.p.). Avalia que intervenções nos debates em que já se tenha ocorrido contraditório podem caracterizar atitude paternalista da Justiça Eleitoral, “[...] pressupondo a ausência de capacidade do eleitor para avaliar os conteúdos que lhe são apresentados” (BRASIL, 2018s, s.p.). Assevera que se o debate já ocorreu no ambiente virtual, não se justifica atuação corretiva do Estado por provimento jurisdicional. Em outra representação o ministro também destaca que o entendimento do Tribunal Superior:

O caráter dialético imanente às disputas político-eleitorais exige maior deferência à liberdade de expressão e de pensamento, razão pela qual se recomenda a intervenção mínima do Poder Judiciário nas manifestações e críticas próprias do embate eleitoral, sob pena de se tolher substancialmente o conteúdo da liberdade de expressão. (AgR-RO nº 758-25/SP, rel. Min. Luiz Fux, DJe de 13.9.2017). (BRASIL, 2018k, s.p.).

O Ministro entende, então, que se deve maximizar a proteção da liberdade de expressão, permitindo opiniões e críticas a todos os atores políticos em entrevistas, redes sociais e inclusive na propaganda eleitoral, que se configuram como espaços de debate político. Ainda sobre a manifestação das pessoas na internet, o ministro Luiz Felipe Salomão lembra de regulamentação do Tribunal estabelecendo que a manifestação espontânea de pessoas naturais não será considerada propaganda eleitoral. Conclui que estas manifestações não configuram propaganda eleitoral ilícita passível de responsabilização, de modo a prevalecer a livre circulação de ideias e resguardar a liberdade de expressão.

Sérgio Banhos, no Recurso Especial Eleitoral 0607820-57.2018.6.19.0000 lembra que a legislação eleitoral veda condutas que desestabilizam o pleito, criando desigualdade entre os candidatos. Na sua análise, a divulgação de *fake news* é um exemplo. “[...] desde o advento das redes sociais ganharam proporções ainda não mensuradas adequadamente, haja vista não apenas a facilidade de sua edição, como, principalmente, a sua divulgação” (BRASIL, 2019b, s.p.).

Ante estas problematizações, Morozov (2018) alerta para a necessidade de saber quem paga pela produção dessas notícias e como lidar com o seu impacto. Para o autor, as *fake news* se harmonizam exatamente aos modelos de negócios “[...] baseados em cliques que foram aperfeiçoados pelos grandes extrativistas de dados” (MOROZOV, 2018, p. 167). Desse modo, uma maneira de encontrar solução para o problema seria “[...] libertar redes sociais do extrativismo de dados e baseá-las num conjunto diferente de princípios, que não

estejam alicerçados na coleta de dados, seja par fins publicitários ou de inteligência artificial” (MOROZOV, 2018, p. 167).

A questão expressa é como combater esse tipo de conteúdo. Morozov (2018) critica a falta de debate político aprofundado no sentido de apontar soluções veementes para o cenário que, segundo ele, está afundando a democracia. Então, lança uma pergunta socrática: seriam as *fake news* a causa do colapso democrático ou consequência de um mal-estar civilizatório?

Segundo o autor, é oferecida explicação superficial para um problema não apenas complexo, mas também sistemático. Morozov (2018, p. 184), então, arremata: “[...] o problema não são as *fake news*, e sim a velocidade e a facilidade de sua disseminação, e isso acontece principalmente porque o capitalismo digital de hoje faz com que seja altamente rentável produzir e compartilhar narrativas falsas que atraem cliques”.

Na tentativa de ampliar o conhecimento do eleitor, o TSE lançou a série Mitos Eleitorais, que foi divulgada antes das eleições de 2018. Criou-se uma série de vídeos curtos para serem compartilhados pelo WhatsApp e uma página para esclarecer sobre as *fake news* no site do Tribunal. Na época, foram esclarecidas 31 informações fraudulentas relacionadas às urnas eletrônicas e ao processo eleitoral (GALLORO, 2019).

### ***5.2.6 WhatsApp, impulsionamento de conteúdo e liberdade de imprensa***

O aplicativo de mensagens demanda uma análise específica porque, como veremos no próximo capítulo, protagonizou a disseminação das *fake news* de forma privada e sob criptografia. Inclusive foi um marco para as eleições de 2018 em relação às eleições passadas. Ben Supple (2019, p. 127), gerente de políticas públicas, explica que “[...] o WhatsApp não é uma empresa de mídia social ou uma plataforma pública. Ele é desenhado para ser um app de mensagens particulares, conversas em grupo ou privadas”. Segundo ele, são três os princípios: simplicidade, confiança e filosofia da minimização, que é a coleta mínima de dados para investigação ou serviço.

Em 2018, era possível criar grupos de até 256 pessoas e o número de mensagens a serem compartilhadas chegou ao limite de 25; mas o gerente admite que, pela primeira vez participou da campanha e não ofereceu ferramenta especial ou tratamento diferenciado para partidos, mas diz ter buscado engajamento para sugerir o uso da ferramenta de modo sustentável (SUPPLE, 2019).

Konopacki (2019) destaca que foi evidente a migração das plataformas com caráter mais público para ferramentas de mensagem instantânea. Inclusive porque o Brasil chega a ser o segundo maior mercado do aplicativo de mensagens do mundo, o que amplia o potencial viral. “Com poucos compartilhamentos e cliques na ferramenta, você tem a potencialidade de atingir até 65 mil pessoas, num fluxo muito rápido” (KONOPACKI, 2019, p. 67).

Nas eleições, o veículo explorara principalmente os *memes*, que se utilizam do sarcasmo como função argumentativa com estratégia de persuasão de apreensão rápida (PANKE; MILA; ARANTE, 2020). Havia, ainda, a dificuldade de frear sua reprodução, especialmente em 2018, quando não havia limite de compartilhamento e o questionamento sobre a veracidade do conteúdo deve acontecer usuário por usuário. Pelo fato de ser amplamente compartilhada, a verificação é por demais difícil. “Além disso, por se tratar de um meio de mensagens instantâneas, pressupõe que o remetente da mensagem seja um conhecido e tenha um certo nível de confiança ultrapassado, portanto, já possui uma certa credibilidade”<sup>62</sup> (MARTÍNEZ; LEMUS, 2020, posição 3402, tradução nossa).

Segundo Marinoni e Galassi (2020, p. 971), o uso do aplicativo de mensagens preocupa devido à criptografia que pode até oferecer liberdade e a privacidade do usuário, mas dificulta a identificação da origem de informações falsas: “É justamente o WhatsApp o aplicativo que os brasileiros mais usam para consumir e compartilhar notícias. Segundo o relatório da Reuters, o índice chega a 53%, o maior entre os países pesquisados”.

O WhatsApp se destacou, inclusive, como um dos casos mais emblemáticos das eleições 2018. Matéria do jornal *Folha de S.Paulo* publicada no dia 18 de outubro de 2018 denunciou o financiamento de empresários apoiadores do então candidato Jair Bolsonaro para disparo de mensagem em massa contra Fernando Haddad, provocando desequilíbrio de paridade de armas entre os concorrentes (MELLO, 2018).

A matéria fez surgir demandas de ação de investigação judicial eleitoral, mandado de segurança impetrado pelas três representações. A AIJE 0601771-28.2018.6.00.0000/DF interposta pela Coligação O Povo Feliz de Novo (PT, PCdoB, PROS) em outubro de 2018, chegou a solicitar que o WhatsApp apresentasse, no prazo de 24 horas, plano de contingência capaz de suspender o disparo em massa de mensagens ofensivas ao candidato à Presidência da República, Fernando Haddad, e aos partidos que integram a Coligação “O Povo Feliz de

---

<sup>62</sup> No original: “Aunado a esto, al ser un medio de mensajería instantánea supone que el remitente del mensaje es un conocido y tiene cierto nivel de confianza superado, por tanto, goza ya de cierta credibilidad”.

Novo”, sob pena de suspensão de todos os serviços do aplicativo de mensagens WhatsApp até cumprimento da determinação (BRASIL, 2018c).

Ao analisar as ações, Souza (2019) também destaca que o PT e o PSOL<sup>63</sup> chegaram a ingressar com pedidos do TSE para investigar atividades. Os partidos pediram que o Judiciário obrigasse o WhatsApp a apresentar um plano de contingência para combater a desinformação e chegaram a pedir a suspensão no País até o cumprimento de determinação judicial, mas, no mesmo dia, substituiu a ideia de suspensão por outra medida entendida pelo Magistrado. Então, faz a seguinte avaliação:

Não é preciso ser cientista para perceber que algo está estranho nas redes e na maneira como nos comportamos nessas eleições. A renovação que surgiu das urnas é muito positiva (goste você ou não do resultado), e em grande medida ela revele um enorme desejo de mudança por parte do eleitor, podemos estar diante de uma revolução também na forma como os votos são direcionados. E é isso que precisa ser investigado, especialmente se envolver práticas vedadas pela legislação eleitoral. Se não fizerem nada, as autoridades competentes podem se candidatar para integrar um quarto grupo de culpados. (SOUZA, 2019, p. 1453).

Souza (2018) entende que, sem quebrar a criptografia, a plataforma poderia evitar o abuso no envio de mensagens e na criação de grupos em massa. Algumas iniciativas foram tomadas posteriormente, como veremos no próximo capítulo.

No dia 18 de junho de 2019, a *Folha de S.Paulo* reportou que “Investigação eleitoral sobre disparos em massa pelo WhatsApp engatinha no TSE” (TUROLLO JR., 2019, s.p.), revelando que oito meses depois ninguém tinha sido ouvido no processo. E outra reportagem, publicada em 15 de agosto de 2019, o mesmo jornal exibe que o primeiro depoimento só foi ouvido dez meses depois da abertura da ação (TSE..., 2019). Uma delas foi representada pelo PDT. Segundo os representantes, a ação foi “[...] intentada em razão dos atos de abuso de poder econômico, fraude e ilicitude em captação e gastos de campanha” (BRASIL, 2018d, s.p.). Alegam que esta campanha foi responsável para que o então candidato Ciro Gomes não chegasse ao segundo turno.

A Coligação Brasil Acima de Tudo, Deus Acima de Todos, e pelo candidato ao cargo de presidente da República, Jair Messias Bolsonaro, também entrou com representação contra a empresa Folha da Manhã S.A., requerendo a concessão de direito de resposta pela veiculação de matéria jornalística com conteúdo supostamente ofensivo e difamatório. Na argumentação, ponderaram que não se trata de divulgação de uma notícia com críticas ao

---

<sup>63</sup> Nesta representação, o PSOL argumentou que “[...] o aplicativo WhatsApp desempenhou papel central na propaganda eleitoral como meio essencial de disseminação de debates e opiniões políticas e, em razão de enorme sua capilaridade entre todas as camadas da população brasileira tem sido utilizado na divulgação de *fake news*” (BRASIL, 2018w, s.p.).

candidato, mas da veiculação de uma informação falsa. Ao julgar o caso, o ministro Sérgio Silveira Banhos destacou:

O simples fato de a referida matéria ser investigativa não altera a sua natureza jornalística. E, em termos de liberdade de imprensa, não se deve, em regra, suprimir o direito à informação dos eleitores, mas eventualmente conceder direito de resposta ao ofendido. **Vale lembrar que a liberdade de expressão não abarca somente as opiniões inofensivas ou favoráveis, mas também aquelas que possam causar transtorno ou inquietar pessoas, pois a democracia se assenta no pluralismo de ideias e pensamentos.** (ADI no 4439/DF, rel. Min. Roberto Barroso, rel. p/ac. Min. Alexandre de Moraes, Tribunal Pleno, DJe de 21.6.2018). (BRASIL, 2018y, grifo nosso).

Ao analisar o caso, Amorim e Vieira (2020, p. 1442) destacaram que o ministro Jorge Mussi negou o pedido de investigação de possível crime; porém,

Curiosamente, no mês seguinte à decisão, o gerente de políticas públicas e eleições globais do WhatsApp, Ben Supple, admitiu que registrara a participação de empresas no envio massivo de mensagens com objetivos político-eleitorais no pleito de 2018 no Brasil.

Somente em dezembro de 2019, o TSE apresentou resolução sobre a propaganda política pela internet. Trouxe inovação como o poder de polícia do juiz eleitoral quanto à remoção de propaganda irregular na internet. A Resolução n. 23.610/2019, em seu art. 6º, § 2º, estabelece que “O poder de polícia se restringe às providências necessárias para inibir práticas ilegais, vedada a censura prévia sobre o teor dos programas e das matérias jornalísticas a serem exibidos na televisão, na rádio, na internet e na imprensa escrita” (BRASIL, 2019d, s.p.).

A norma prevê ainda o enfrentamento da desinformação, e a vedação da contratação e a realização de disparo em massa de propaganda eleitoral em plataformas pagas na internet também passaram a ter previsão na norma. O art. 9º da Resolução n. 23.610/2019 determina que, ao publicar conteúdos na propaganda eleitoral, o candidato, o partido ou a coligação devem verificar a veracidade da informação. No caso de a informação ser comprovadamente inverídica, caberá direito de resposta ao prejudicado/ofendido.

Destaca, ainda, a vedação de impulsionamento de conteúdos e ferramentas digitais não disponibilizadas pelo provedor da aplicação de Internet, ainda que gratuitas, para alterar o teor ou a repercussão de propaganda eleitoral, tanto próprios quanto de terceiros.

Acrescenta, ainda, que o provedor de aplicação de internet que possibilite o impulsionamento pago de conteúdos precisa contar com canal de comunicação com seus usuários. Neste caso, conforme o art. 28, § 4º, da Resolução n. 23.610/2019, o provedor

[...] somente poderá ser responsabilizado por danos decorrentes do conteúdo impulsionado se, após ordem judicial específica, não tomar as providências para, no âmbito e nos limites técnicos do seu serviço e dentro do prazo assinalado, tornar indisponível o conteúdo apontado como infringente pela Justiça Eleitoral. (BRASIL, 2019d, s.p.).

Conforme estudamos, as redes sociais protagonizaram as ações judiciais, mesmo com pedidos relacionados a conteúdos divulgados em televisão e impresso – indício da reconfiguração das relações comunicativas. Mesmo não tendo feito parte dos dados submetidos ao Iramuteq e ao Google Docs, vale ressaltar o Recurso Especial Eleitoral 31-02.2017.621.0173, julgado em 19 de dezembro de 2018, que analisou um caso relacionado à propaganda eleitoral veiculada nas páginas pessoais do Facebook (BRASIL, 2018i).

O ministro Admar Gonzaga Neto destaca o art. 22 da Lei Complementar n. 64/90, que permite aos agentes a abertura de investigação judicial para apurar uso indevido de veículos de meios de comunicação social em benefício de candidato ou partido político.

Essa redação ampla autoriza, por exemplo, que a Justiça Eleitoral atue para punir a utilização abusiva de impulsionadores de conteúdo por redes sociais ou sites de conteúdo, fora dos parâmetros autorizados pela Res.-TSE 23.551/2017, a disseminação de notícias falsas (*fake news*), bem como outras condutas abusivas [...] **verifico que, de fato, a mera publicação de propaganda, ainda que irregular, nas páginas pessoais dos recorridos no aplicativo Facebook não satisfaz o requisito da gravidade que a jurisprudência desta Corte exige para a aplicação das severas sanções previstas na LC 64/90.** (BRASIL, 2018i, s.p., grifo nosso).

O ministro releva que a divulgação foi difundida apenas com os que voluntariamente se vinculam às páginas pessoais, “[...] não satisfazendo o requisito da exposição massiva e, conseqüentemente, não tendo capacidade para malferir a normalidade e legitimidade do pleito” (BRASIL, 2018i, s.p.). Utilizou como paradigmas para decisão duas jurisprudências do próprio Tribunal. Numa delas, “[...] o uso indevido dos meios de comunicação se dá no momento em que há um desequilíbrio de forças decorrente da exposição massiva de um candidato nos meios de comunicação em detrimento de outros” (REspe nº 4709-68/RN *apud* BRASIL, 2018i, s.p.). Entende, então, que

Portanto, de acordo com a jurisprudência, não basta para a configuração do abuso a mera existência de publicações irregulares, é necessário que elas tenham ocasionado desequilíbrio de forças no pleito eleitoral. Em síntese, o fator essencial para configurar o abuso é o desequilíbrio da disputa. (BRASIL, 2018i, s.p.).

Apesar de não pertencer ao *corpus* da pesquisa, vale salientar uma decisão monocrática, de 15 de setembro de 2018. Trata-se de uma reclamação (BRASIL, 2018h) que, mesmo não tendo prosperado, traz elementos relevantes para a análise proposta por esta tese. Um candidato reclama da suposta ausência de autuação, pelo Tribunal Regional Eleitoral do



Rio de Janeiro e do Facebook, alegando que ambos não seguem o compromisso do Tribunal Superior Eleitoral para o combate às *fake news*. O candidato destaca ainda que formalizou representação no TRE-RJ e com notificação do Facebook, mas não obteve resposta. Avalia, ainda, a necessidade de urgência ante a proximidade das eleições para resolução de problemas como este.

O caso é interessante porque mostra o sentimento de urgência de quem precisa do Judiciário para resolver questões relacionadas à propagação de conteúdo, especialmente em período eleitoral, em que os prazos são definitivos e há, portanto, a necessidade de uma ação mais rápida do sistema.

Chama a atenção também o fato de o Tribunal Regional Eleitoral do Rio Grande do Sul não considerar a internet meio de comunicação social, divergindo de julgado do TRE/SP, que admitiu a possibilidade de reconhecimento da internet como meio de comunicação social para fins da conduta abusiva prevista no art. 22 da LC 64/90 (BRASIL, 2018i).

E, então, envereda-se sobre a questão: a internet é ou não meio de comunicação? A definição é importante para se analisar se o caso se refere ao instituto jurídico do uso indevido dos meios. O acórdão regional considerou pela inexistência de veículo de comunicação social na divulgação das sentenças. Admar Gonzaga Neto destaca a questão semântica do texto e a interpretação dada pela doutrina e pela jurisprudência.

Bucci (2011) é categórico em considerar que internet não é meio de comunicação, apesar de algumas cortes de Justiça considerarem que sim. Para ele, é um erro grosseiro e que traz consequências perversas:

Para efeitos da regulamentação e da regulação, a internet não cabe num regime. Ela é capaz de abrigar tantos regimes quanto a própria vida em sociedade – e, assim como a vida em sociedade, é maior que o direito positivo. Ela, sim, pode conter e processar decisões judiciais e trâmites processuais, mas estes não podem contê-la, explicá-la ou discipliná-la por inteiro. Pretender controlá-la, taxá-la, pretender instalar pedágios em cada nó seria equivalente a começarmos a cobrar direitos autorais de quem empresta um livro de papel à namorada, ou, pior ainda, seria como sujeitar as conversas de botequim à legislação do horário eleitoral na televisão e no rádio. (BUCCI, 2011, s.p.).

Parece anacrônica uma discussão com este viés. Castells (2013, p. 14) já analisou como a constituição das redes opera-se pelo ato da comunicação:

A contínua transformação da tecnologia da comunicação (TI) na era digital amplia o alcance dos meios de comunicação para todos os domínios da vida social, numa rede que é simultaneamente global e local, genérica e personalizada, num padrão em constante mudança. [...]. O processo de construção de significado caracteriza-se por um grande volume de diversidade. Existe, contudo, uma característica comum a

todos os processos de construção simbólica: eles dependem amplamente das mensagens e estruturas criadas, formatadas e difundidas nas redes de comunicação multimídia.

Por isso, está no centro da produção de sentido coletivo, a que o autor chama de novo espaço público, o espaço em rede. Neste contexto simbólico das redes, Castells (2013) acrescenta a premissa de que as relações de poder são exercidas não apenas por meio da violência ou do controle do Estado, mas também pela construção de significados e por meio de manipulação simbólica.

Coerção e intimidação, baseadas no monopólio estatal da capacidade de exercer a violência, são mecanismos essenciais de imposição da vontade dos que controlam as instituições da sociedade. Entretanto, a construção de significado na mente das pessoas é uma fonte de poder mais decisiva e estável. (CASTELLS, 2013, p. 13).

A discussão entre as partes concentrou-se no fato de a publicação ter sido feita na rede pessoal dos integrantes do partido e que, por isso, não tinha conotação de campanha partidária, mas de consumo interno de pessoas conhecidas. “As postagens questionadas foram feitas pelos próprios recorridos, em suas páginas pessoais do Facebook, e só atingiram seus próprios contatos, não tendo potencial de gerar desequilíbrio nas eleições” (CASTELLS, 2013, p. 27).

### ***5.2.7 O desaparecimento do objeto e os parâmetros de análise***

Voltamos à perquisição: e quando o Judiciário deixa de analisar questões urgentes? Por diversas vezes, ocorreu perda de objeto, como já estudamos. Na representação 0601767-88.2018.6.00.0000, o ministro Carlos Horbach destaca que, “Finalizadas as eleições, cessa a competência do Tribunal Superior para dirimir conflitos relativos a direito de resposta tendo em vista a impossibilidade de provimento judicial eficaz” (BRASIL, 2018v, s.p.). Eis a importância de se julgar a tempo de se evitar que questões relevantes não sejam julgadas posteriormente pela Justiça estadual, quando se perderá a relevância, haja vista o final do pleito.

Em novembro de 2018, foi julgada a Representação 0601766-06.2018.6.00.0000 com pedido de direito de resposta e tutela de urgência solicitado pela Coligação O Povo Feliz de Novo e por Fernando Haddad contra Facebook, Google e pela pessoa responsável pelo *blog* Agência Caneta por suposta divulgação de informações falsas e difamatórias (BRASIL, 2018t).

A referida coligação alega ataques em diversas plataformas de redes sociais, como Facebook, Instagram, Twitter, WhatsApp e *blogs*. “Asseveram que as publicações foram veiculadas com o objetivo de agredir, injuriar, difamar e caluniar os representantes, mediante a divulgação de afirmações inverídicas” (BRASIL, 2018t, s.p.).

Alertou sobre a impossibilidade de identificar o autor das publicações e requereram tutela de urgência para retirada imediata dos conteúdos inverídicos e ofensivos. Em mérito, pugna pelo deferimento de direito de resposta, retirada de conteúdos e aplicação de multa pelo perfil falso e anônimo. O relator ressalta que, em outubro de 2018, indeferiu medida por não “[...] vislumbrar a existência de elementos hábeis para concessão da tutela de urgência. Contra essa decisão os representantes interpuuseram recurso inominado” (BRASIL, 2018u, s.p.).

A defesa do Google defendeu não ser responsável pelos conteúdos publicados por terceiros no YouTube. Facebook alegou a necessidade de se resguardar liberdade de expressão e que inexistia anonimato por ser possível identificar usuário por meio de registros de acesso fornecidos pelos provedores.

Por sua vez, o Ministério Público Eleitoral entendeu pela improcedência dos pedidos, entendendo que retirada de conteúdo demanda argumentos que demonstrem abusividade dos teores sob pena de violar o direito de liberdade de expressão.

O Ministro julgou que, tendo encerrado o pleito eleitoral, não haveria mais interesse processual na representação em relação ao direito de resposta, por não ter havido comprovação de anonimato e de falseamento de identidade para aplicação de multa. Reforçou não poder se falar em anonimato do Facebook e Google pelo fato de os dados cadastrais permitirem identificação dos responsáveis pelo conteúdo.

Destacou, ainda, que a atuação da Justiça Eleitoral deve ser a menor possível diante de conteúdos divulgados na internet, e ressalta que a ausência imediata do usuário não constitui circunstância suficiente para a remoção do conteúdo na internet e que só se pode considerar anônima a identificação após adoção das providências previstas pelo Marco Civil da internet.

Em meados de outubro de 2018, foi impetrada outra representação com pedido de direito de resposta e de tutela de urgência, ajuizada pela Coligação Brasil Acima Tudo, Deus Acima de Todos (PSL/PRTB) e por Jair Messias Bolsonaro contra a Coligação O Povo Feliz de Novo e Fernando Haddad. Argumentou-se irregularidade em propaganda veiculada no horário, com trucagem, montagem e mentiras, em ofensa à honra do candidato representante. As partes citam divulgação de *fake news* pelo fato de afirmar que o candidato Jair Bolsonaro

teria votado contra a lei que protege as pessoas com deficiência utilizando uma fala fora do contexto e da explicação quanto à votação da PEC das domésticas, além de montagem e trucagem para distorcer as palavras do candidato na entrevista realizada.

Destacam que o candidato repudia violência e isso demonstra falsidade das afirmações contidas na propaganda impugnada. Ressaltam, ponto a ponto, casos que foram veiculados e analisados como incorretos. E acrescentam:

[...] e) quando dizem “o comportamento do Bolsonaro inspira”[,] usam a onda de criminalidade que assola o país e criam a falsa sensação de que o Representante criou ou tem alguma responsabilidade sobre isso. Criam estados emocionais de medo, de pavor, de insegurança; f) os representados afirmam que teriam sido praticados mais de 50 atos de violência, realizando uma associação com o candidato representante, sem nenhuma plausibilidade; g) a propaganda foi utilizada para proferir mentiras e criar fatos sabidamente inverídicos para confundir o eleitorado. (BRASIL, 2018r, s.p.).

Alegam que o conteúdo imputa conduta discriminatória e estimula o ódio de classe, mediante difamação. Expressam que foram utilizados recursos de montagem e trucagem para distorcer entrevista. “Foi divulgada *fake news* ao se afirmar que o candidato Jair Bolsonaro votou contra a lei que protege as pessoas com deficiência, uma vez que o projeto de lei foi aprovado por unanimidade” (BRASIL, 2018r, s.p.).

Ainda em relação ao projeto relacionado às pessoas com deficiência, destaca que o então candidato votou apenas contra um destaque. Ante o que apresentam, pedem, em caráter liminar, a suspensão imediata da propaganda. No mérito, solicitam direito de resposta.

Na decisão, o ministro Sérgio Silveira Banhos utiliza o conceito de trucagem como qualquer efeito que degrada ou ridiculiza candidato no intuito de pôr fim às controvérsias sobre o conceito.

[...] especialmente se se levar em consideração a gama de possibilidades que a tecnologia moderna oferece para práticas que levem candidatos, partidos políticos ou coligações ao escárnio público. [...]. Na hipótese dos autos, ao menos em exame prefacial, após ouvir atentamente o áudio da propaganda questionada, **verifiquei que houve sobreposição e repetição de sons à fala do candidato Jair Bolsonaro**, sugerindo a utilização de montagem e trucagem, de modo a desvirtuar a realidade dos fatos, por meio da vinculação da fala do candidato à violência que aflige a população brasileira. De ressaltar, ademais, que se trata de propaganda veiculada em rádio, o que potencializa a dramaticidade com que os fatos são narrados, podendo inviabilizar a livre formação da convicção pelo receptor da mensagem. (BRASIL, 2018q, s.p., grifo nosso).

O Ministro, então, destaca que os representantes consideram como “sabidamente inverídica” a declaração de que o candidato Jair Bolsonaro teria votado contra a LBI, pois o projeto havia sido aprovado por unanimidade. Destaca ter analisado o caso na Rp n. 0601700-

26 (BRASIL, 2018q), na qual foi ajuizada a demanda contra a propaganda veiculada em inserções na televisão.

A propaganda era diferente, mas também trazia informação de que Bolsonaro tinha votado contra LBI. Lembra que naqueles autos consignou notório fato de que Bolsonaro acusou Haddad de desinformar eleitores em *live* na Internet. Destacou que, na época, equipe de Haddad retirou do ar postagem no Twitter que criticava Bolsonaro por supostamente ter votado contra a referida lei. Julga, então, que, na representação anterior, por entender que a propaganda impugnada continha:

[...] elementos suficientes à configuração da alegada transgressão, porquanto se depreende a publicação de fato sabidamente inverídico (*fake news*) capaz de desequilibrar a disputa eleitoral, consistente na divulgação de que o candidato representante votou contra a LBI, bem assim a possível utilização de montagem e trucagem, a fim de prejudicar o candidato representante. (BRASIL, 2018r, s.p.).

Defere, então, a liminar, determinando cessar divulgação na propaganda eleitoral.

Também em outubro, outra representação com pedido de direito de resposta e de tutela de urgência foi ajuizada pela coligação O Povo Feliz de Novo e por Fernando Haddad contra Facebook Serviços Online do Brasil Ltda, Google Brasil Internet Ltda. A questão se relaciona à suposta propaganda irregular com disseminação de informações falsas na internet, com veiculação de ofensas, violando art. 58, § 1º, inciso IV, e no art. 15, inciso IV, alíneas *a* e *b*, da Res.-TSE n. 23.547/2017. Os reclamantes alegaram ataques em redes sociais, afirmando que a Rede Globo teria ameaçado ficar fora do ar, em protesto, no caso de Jair Bolsonaro ser eleito e que o presidente dos Estados Unidos o estaria elogiando (BRASIL, 2018u).

Reclamam de vídeo manipulado, sugerindo que a deputada petista Márcia Tiburi estaria prestando apoio a Jair Bolsonaro. Destacam a função da Justiça Eleitoral para coibir práticas ilegais, sem constituir censura prévia. Analisam ter havido intenção de influenciar negativamente os eleitores, criando estado emocional e mental neles com o objetivo de “[...] agredir, injuriar, difamar e caluniar os representantes, mediante a divulgação de afirmações inverídicas” (BRASIL, 2018u, s.p.).

Alegam a impossibilidade de identificar os autores e destacam a proibição de anonimato e pedem concessão de liminar, retirando 35 *links* indicados. Além do direito de resposta, pedem que seja empregado na divulgação o mesmo impulsionamento de conteúdo, destacando e ficando a resposta disponível em tempo não inferior ao tempo em que esteve disponível a mensagem ofensiva.

O ministro Sérgio Silveira Banhos destaca que, no caso de conteúdos divulgados na internet, a interferência da Justiça Eleitoral deve ser a menor possível<sup>64</sup> e que a regulamentação determina que constatações de violações às regras eleitorais ou ofensas às pessoas que participam do processo permitem ordem de remoção de conteúdo.

Cita decisão proferida pelo ministro Carlos Horbach, que propôs parâmetros para justificar a intervenção da Justiça Eleitoral na remoção de conteúdos nas redes sociais, a fim de evitar indevida interferência no debate democrático. O primeiro é destacar que a liberdade de manifestação do eleitor é “[...] passível de limitação quando ocorrer ofensa à honra de terceiros ou divulgação de fatos sabidamente inverídicos” (BRASIL, 2018u, s.p.).

Analisa que a possibilidade de limitação não é automática e devem ser estipulados critérios para indicar limitação da liberdade de expressão.

Em outras palavras, quando a liberdade de manifestação do eleitor se concretiza por meios virtuais, como no caso dos autos, em que utilizadas redes sociais, devem ser cotejados outros aspectos complementares, de modo exatamente a não tolher a liberdade do debate democrático na Internet. (BRASIL, 2018u, s.p.).

Evidencia que as redes são espaços de contraditório de ideias onde informações podem ser postas em xeque ao serem submetidas ao juízo crítico do eleitor.

Intervenções em debates nos quais estabelecido o contraditório caracterizariam atitude paternalista da Justiça Eleitoral, pressupondo a ausência de capacidade do eleitor para avaliar os conteúdos que lhe são apresentados. Com efeito, se o debate democrático já se estabeleceu no ambiente virtual, não há razão para a atuação corretiva do Estado, por meio de um provimento jurisdicional. (BRASIL, 2018u, s.p.).

Apresenta, então, a necessidade de se definir o segundo critério sobre a potencialidade lesiva das postagens cuja remoção se busca. “O referencial do potencial lesivo é utilizado pela jurisprudência do Tribunal Superior Eleitoral em diferentes matérias, nas quais a ilicitude da conduta deve ser avaliada em conjunto com sua aptidão para desequilibrar o pleito” (BRASIL, 2018u, s.p.).

Este potencial lesivo já tinha sido objeto de análise no plenário do TSE em 2014, que o considerou elemento fundamental para caracterizar irregularidade do conteúdo. Considera a necessidade de analisar de maneira distinta o fato de os conteúdos serem

---

<sup>64</sup> “Art. 33. A atuação da Justiça Eleitoral em relação a conteúdos divulgados na internet deve ser realizada com a menor interferência possível no debate democrático (Lei nº 9.504/1997, art. 57-J). § 1º Com o intuito de assegurar a liberdade de expressão e impedir a censura, as ordens judiciais de remoção de conteúdo divulgado na internet serão limitadas às hipóteses em que, mediante decisão fundamentada, sejam constatadas violações às regras eleitorais ou ofensas a direitos de pessoas que participam do processo eleitoral.” (BRASIL, 2017/[2018b], s.p.).

veiculados em *sites* com livre e grande acesso, com milhares de seguidores ou poucas conexões, com pequeno alcance, porque entende que “[...] cada uma dessas possibilidades de divulgação de ideias na Internet tem potencial lesivo diferenciado” (BRASIL, 2018u, s.p.).

Em síntese, tratando-se de conteúdos veiculados no ambiente especialmente livre da Internet, **além da ofensa à honra ou da constatação da patente falsidade, há de se considerar a existência de contraditório na própria rede e o potencial lesivo da postagem**, que pode ser avaliado, por exemplo, pelo número de compartilhamentos, de comentários ou de reações de apoio ou rejeição dos demais usuários. (BRASIL, 2018u, s.p., grifo nosso).

Considera, então, esses parâmetros, inclusive do potencial lesivo que as postagens da representação devem ser impugnadas. Na sua avaliação, postagens jocosas ou humorísticas não podem ser classificadas como *fake news* ou tomadas como difamantes para fins de concessão de direito de resposta.

Então, busca a definição de “meme” no dicionário de Oxford (*apud* BRASIL, 2018u, s.p.), que o define como conteúdo tipicamente humorístico compartilhado com usuários da internet e conceitua como “[...] charge virtual e espontânea, que viraliza no ambiente digital”. Assim, não considerou que *memes* fossem passíveis de remoção porque não estão no padrão de notícias falsas.

Sobre as mensagens de que a Globo teria ameaçado ficar fora do ar caso Bolsonaro fosse vencedor, o ministro entende que “[...] que se trata de notícias cuja falsidade se percebe de plano. Tal constatação se observa, inclusive, pelo teor jocosos dos comentários publicados, o que afasta, a meu ver, ao menos em juízo perfunctório, a potencialidade lesiva dos conteúdos” (BRASIL, 2018u, s.p.).

Com relação ao vídeo relacionado à filósofa Márcia Tiburi, os representantes alegam que existiu manipulação do vídeo, mas o Ministro acha que não se mostra perceptível, de plano, ter havido divulgação de notícia sabidamente inverídica e que tenha causado danos efetivos aos representantes – situação que justificaria retirada do conteúdo (BRASIL, 2018u).

Entende inexistirem elementos hábeis pela concessão da tutela de urgência e argumenta seguir entendimento desta Corte quanto à necessidade da garantia da liberdade de expressão e de pensamento e na busca de adoção de critérios mais objetivos para a determinação da retirada dos conteúdos da internet, cujo ambiente deve ser de maior liberdade. Cita decisão do ministro Luis Felipe Salomão na Rep. n. 06011758-29 (*apud* BRASIL, 2018u, s.p., grifo nosso):

Encontradas publicações que apresentam **realmente teor ofensivo ou negativo**, é forçoso reconhecer que **exteriorizam o pensamento crítico** dos usuários das plataformas de rede sociais ora impugnadas, de modo que **a liberdade de expressão no campo político-eleitoral abrange não só manifestações, opiniões e ideias majoritárias, socialmente aceitas, elogiosas, concordantes ou neutras, mas também aquelas minoritárias, contrárias às crenças estabelecidas, discordantes, críticas e incômodas.**

Destaca, então, que cabe à sociedade civil o controle sobre quais conteúdos ou nível das críticas veiculadas são aceitáveis ou não e que a atuação da Justiça Eleitoral no âmbito da Internet e redes sociais, mesmo diante de envolvimento com honra e reputação dos políticos e candidatos, deve ser minimalista, “[...] sob pena de silenciar o discurso dos cidadãos comuns no debate democrático” (BRASIL, 2018u, s.p.). Assim, acaba por indeferir o pedido de liminar e dá prosseguimento ao processo.

À extensão dos últimos anos, o Tribunal Superior Eleitoral realizou uma série de estudos e debates sobre *fake news*. O então presidente do Tribunal, Luiz Fux (*apud* BRASIL, 2018ac, s.p.), chegou a se pronunciar:

Notícias falsas, *fake news*, derretem candidaturas legítimas. Uma campanha limpa se faz com a divulgação de virtudes de um candidato sobre o outro, e não com a difusão de atributos negativos pessoais que atingem irresponsavelmente uma candidatura.

Percebemos, porém, que, mesmo diante de muitas investidas, de avanços, questões extremamente relevantes não foram capazes de minimizar efeitos de uma desordem informacional. Além do TSE, outros dois tribunais trouxeram legado importante para problematizar a questão, mas vamos destacar o Supremo Tribunal Federal, que tem protagonizado a luta pelas *fake news*.

### 5.3 As deliberações do Supremo Tribunal Federal

A pesquisa realizada no *site* do Supremo Tribunal Federal revelou um acórdão e um documento da Presidência. Aquele relaciona-se à Ação Direta de Inconstitucionalidade (ADI) 4.451 (BRASIL, 2018a), promovida pela Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão (ABERT), que teve entrada no STF no dia 24 de agosto de 2010 e foi julgado em 21 de junho de 2018. A Ementa trata do julgamento da inconstitucionalidade de dispositivos normativos que estabelecem interferência do Estado no direito a críticas dentro do processo eleitoral.

Por unanimidade, o Pleno do STF declarou a inconstitucionalidade do art. 45, incisos II e III, da Lei n. 9.504/1997. Os conteúdos em discussão previam vedação às



emissoras de rádio e televisão após o final das convenções no ano eleitoral não apenas para transmitir imagens de pesquisa ou consulta popular em que se identificasse o entrevistado ou com uso de dados, mas também o uso de edição ou montagem de áudio e vídeo que ridicularizasse candidato, partido ou coligação.

A Ementa categoriza não caber a nenhum dos órgãos do Estado definir o que pode ou não ser dito por quem exerce o ofício do jornalismo, ressaltando um dever de omissão legislativa diante da produção de conteúdo que traga manifestação de pensamento e informação – exercício que se torna ainda mais relevante no período eleitoral.

A decisão considera que o gozo da plena liberdade também é assegurado a quem produz charge ou caricatura para fazer circular ideias e opiniões. Ressalta que o período eleitoral não é semelhante ao estado de sítio, quando, excepcionalmente, a Constituição Federal permite restrições à prestação de informação e liberdade de imprensa, radiodifusão e televisão.

No mérito, decidiu pela inconstitucionalidade dos dispositivos legais que tenham como finalidade o controle ou aniquilamento do pensamento crítico, considerado fundamental para o regime democrático, que demanda visibilidade e exposição de pluralidades de opiniões sobre governantes. Destaca, ainda, que o direito à liberdade de expressão não abriga apenas opiniões supostamente verdadeiras, admiráveis e convencionais, incluindo ainda as duvidosas e condenáveis:

5. O direito fundamental à liberdade de expressão não se direciona somente a proteger as opiniões supostamente verdadeiras, admiráveis ou convencionais, mas também aquelas que são duvidosas, exageradas, condenáveis, satíricas, humorísticas, bem como as não compartilhadas pelas maiorias. **Ressalte-se que, mesmo as declarações errôneas, estão sob a guarda dessa garantia constitucional.** (BRASIL, 2018a, p. 2, grifo nosso).

O destaque deste ponto do mérito leva a um viés importante para análise da judicialização da verdade. Quando o Supremo Tribunal Federal considera que, inclusive declarações errôneas estão abrigadas sob o manto protetivo da liberdade de expressão, abre um viés interpretativo que adiante será analisado de modo mais aprofundado.

A questão que fica é: dizer que as declarações errôneas estão sob a guarda da garantia constitucional da liberdade de expressão não pode deixar uma margem para abrigar proteção à desinformação, quando a informação é manipulada para enganar o eleitor?

O conflito na democracia é democrático, como alerta Silveira (2020). Não se busca eliminar grupos, mas soluções para garantia das diversidades e das liberdades. A democracia comporta grupos retrógrados, inclusive os que não querem um governo não

democrático, mas não aceita que os grupos destruam pela violência as bases da democracia. Por isso, alerta que tão importante quanto a liberdade de expressão é a liberdade de visualização: “Todas as pessoas têm direito de ver e ouvir conteúdos políticos sem que sejam filtrados por algoritmos” (SILVEIRA, 2020, posição 1341).

Cabe aqui, ainda, o estudo de outro caso que aparece na pesquisa. Trata-se da análise do Mandado de Segurança 35.833, impetrado por um deputado federal, Jerônimo Pizzoloto Goergen, contra ato imputado à Mesa Diretora da Câmara dos Deputados e ao seu Presidente. Dentre as irregularidades, aponta ter sido vítima de *fake news* e solicita intervenção do Poder Judiciário para coibir a prática. A ministra Carmen Lúcia, ao analisar o mandado de segurança, delibera:

**No caso dos autos, para se analisar a inexistência ou a veracidade dos fatos veiculados pela mídia** quanto às condutas atribuídas ao advogado Antônio Figueiredo Bastos, a serem investigadas pela Comissão Parlamentar de Inquérito requerida perante a Câmara dos Deputados, **seria necessária ampla dilação probatória, o que não se revela possível em sede de mandado de segurança, tendo em vista desnaturar a exigência de certeza e liquidez do direito invocado.** (BRASIL, 2018b, p. 5, grifo nosso).

A ministra Carmen Lúcia ressalta a necessidade de tempo para proporcionar ampla produção de provas capazes de revelar certeza e liquidez do direito, tendo em vista tratar-se de mandado de segurança. Assim como se verá adiante, a própria trama do Judiciário se enlaça de uma maneira que a questão em si não é enfrentada diante da perspectiva processual. É como se a verdade fosse uma versão de Josef K, personagem kafkaniano<sup>65</sup>.

Mesmo fora da pesquisa jurisprudencial, por estar em segredo de justiça, evidenciamos o fato de que o Supremo Tribunal Federal também protagoniza o Inquérito 4.781, instaurado pelo ministro Dias Toffoli, no dia 14 de março de 2019, contra notícias fraudulentas, denúncias caluniosas e ameaças envolvendo o Supremo Tribunal Federal (TOFFOLI..., 2019).

A iniciativa foi amplamente criticada, inclusive pela Associação Nacional dos Procuradores da República, que entrou com o Mandado de Segurança n. 36.422 (BRASIL, 2020b), apontando irregularidades, como a violação do sistema acusatório, os princípios de juiz natural e impessoalidade. O caso ainda está em andamento, mas este demonstra como a questão das *fake news* chegou a causar problemas no campo da Mais Alta Corte do País. Isso colabora para ressaltar a relevância deste tema e mostrar como ele atinge inclusive

---

<sup>65</sup> O romance de Franz Kafka, o processo, exhibe a agonia de um personagem Josef K que descobre estar sendo processado, mas não consegue descobrir o motivo.

membros do Supremo Tribunal Federal. O inquérito manteve uma série de polêmicas e desdobramentos, como buscas e apreensões e quebras de sigilo (D'AGOSTINO, 2020).

Macedo Junior (2020, posição 780) entende ser razoável que o tratamento jurídico das *fake news* deva distinguir responsabilidades envolvidas na afirmação de fatos e opiniões: “As proteções de ideias e opiniões faz parte do caso central no qual a liberdade de expressão é mais valiosa e merece ser protegida”. O professor preocupa-se com os alarmes sobre riscos trazidos à democracia, justificando censura às “notícias falsas”.

Nesta trincheira das *fake news*, a história aguarda se o inquérito do STF se unirá à Ação de Investigação Judicial Eleitoral AIJE do TSE, que investiga a contratação dos serviços de disparos em massa na campanha eleitoral de 2018 (PALMA; FALCÃO; CAMARGO, 2020). O caso foi denunciado pelo jornal *Folha de S.Paulo* (MELLO, 2018), que mostrou haver indícios de compra de pacotes de disparo de massa contra o Partido dos Trabalhadores, e a coligação “Brasil Feliz de Novo”, pelo WhatsApp. Isto, segundo a representação, consubstanciaria doação de pessoa jurídica, utilização de perfis falsos para propaganda e compra irregular de cadastros de usuários. O ministro Og Fernandes considerou que a partilha de informações era admitida pela jurisprudência do STF.

Em janeiro de 2020, a Coligação O Povo Feliz de Novo requereu partilha de provas também com a Comissão Parlamentar Mista de Inquérito, que foi instaurada no Congresso Nacional para investigar os impactos das *fake news* nas eleições de 2018. “Em parecer, o Ministério Público Eleitoral opinou pelo deferimento do pedido de compartilhamento de provas relativo ao Inquérito n. 4.781/DF e pelo indeferimento do requerimento de expedição de ofício à Comissão Parlamentar Mista de Inquérito” (BRASIL, 2020c, p. 4). Assim, também, deliberou o ministro Og Fernandes, que encaminhou análise do ministro Alexandre de Moraes. Este deliberou perícia para decidir. Até o presente momento de produção da tese, ainda não havia deliberação do Ministro.

O ministro Alexandre de Moraes tem protagonizado uma série de ações de combate contra o que ele chama de milícia digital. Em seminário sobre Eleições 2022 e desinformação no Brasil (FGV, 2021), o Ministro destacou ser preciso que o Brasil defina qual o modelo que vai adotar para lidar com a internet para que ela não seja terra de ninguém. Segundo ele, as investigações feitas pelo Supremo mostram redes sofisticadas com núcleos de produção, difusão e política para produção de discursos fascistas, ameaças e produção de desinformação com as mais diversas finalidades sob o manto de uma pretensa liberdade de expressão.

Percebe-se, portanto, que o legado do Tribunal Superior Eleitoral foi importante, mas não foi suficiente para evitar que as *fake news* tivessem um papel importante na arena democrática. Isto demonstra o fato de que não é apenas uma área do conhecimento ou de atuação que é capaz de encontrar caminhos para resolver a questão. O Tribunal manteve o entendimento de conservar o debate da maneira mais fluida e assente nos valores da liberdade de expressão.

Assim, foi preciso fazer o exercício de deliberar sobre a diferença entre a crítica e o fato inverídico. Na Representação 0601766-06.2018.6.00.0000, os ministros consideraram “[...] a existência de contraditório na própria rede e o potencial lesivo da postagem, que pode ser avaliado, por exemplo, pelo número de compartilhamentos, de comentários ou de reações de apoio ou rejeição dos demais usuários” (BRASIL, 2018u, s.p.).

Icasa (*apud* BARBIÉRI, 2019, s.p.) entende que as autoridades eleitorais precisam realizar uma comunicação clara para tornar a verdade viral com equipes focadas neste aspecto: “As autoridades eleitorais tem, às vezes, equipes fracas de duas, três, quatro pessoas de comunicação que estão combatendo uma equipe de campanha com 50 pessoas e isso simplesmente hoje em dia não dá certo”.

Uma questão que também precisa de atenção é a temporal. Mesmo diante do fato de ser considerada uma das mais céleres, inclusive pela criticidade da rapidez com que ocorrem as disputas, muitas questões ainda deixam de ser decididas, o que pode causar danos praticamente irreversíveis. As eleições de 2018 trouxeram muitos aprendizados que foram compartilhados e ampliados em 2020. É o que estudamos a seguir.

## 6 LEGADOS DE 2018 E DESAFIOS DE 2020

Depois da análise da judicialização das *fake news* nas eleições presidenciais de 2018, a tese demandou os diversos estudos que se voltaram para o problema e o cenário inaugurado pelas eleições de 2020. Era preciso conceber bastidores, contextos, avanços e retrocessos, além de analisar os resultados de algumas iniciativas e a inclusão de novas formas de lidar com a desinformação. Por isso, este capítulo analisa, inclusive, questões que foram ampliadas desde as eleições de 2018 e implantadas nas eleições municipais, que ocorreram em situações extraordinárias, durante a crise sanitária mundial provocada pela Covid-19.

### 6.1 Narrativas e análises de 2018

O ano de 2018 jamais acabou. Parece filho de uma democracia exaurida, nascida de uma eleição extremamente disputada cuja presidente reeleita foi destituída por *impeachment*, e pai de uma série de fatos complexos cuja herança ainda traz diversos desdobramentos. Um inventário que está longe de ser deslaçado.

Dentre os fatos gerados pelo ano de 2018, estão a morte da vereadora carioca Marielle Franco, num momento em que o Rio de Janeiro passava por intervenção de forças federais; a prisão de um ex-presidente; uma greve dos caminhoneiros, que deixou o País na iminência de parar e que foi um grande laboratório para a disseminação massiva de *fake news*, e um candidato à Presidência que sofreu atentado durante o período eleitoral. “As eleições de 2018 constituíram verdadeiro divisor de águas no enfrentamento da disseminação de desinformação e é possível afirmar, a despeito dos momentos difíceis, cumpriu sua missão cometida pela Constituição Federal de bem conduzir as eleições”, analisou a então presidente do Tribunal Superior Eleitoral, Rosa Weber.

Reitera-se que o objetivo desta tese não inclui investigar a relação das *fake news* com o resultado ou a *performance* dos candidatos, porém, depois do pleito, diversos olhares de pesquisadores, analistas, especialistas e jornalistas se voltaram para os bastidores e os resultados do pleito presidencial.

Os estudos, as pesquisas e as iniciativas de instituições e do próprio Tribunal Superior Eleitoral mostraram-se relevantes para o entendimento do contexto. Por isso, a partir de agora, a tese faz uma leitura sobre as tensões, as ambiguidades e as contradições importantes para traçar um olhar ainda mais profundo sobre esta trama inquietante.

O primeiro aspecto destacado por pesquisadores foi o fato de as eleições de 2018 terem se destacado por um vencedor que ressignificou o padrão histórico da categorização necessária para vencer as eleições brasileiras: pouco tempo de aparição no horário eleitoral, pouco gasto com campanha, partido pequeno e sem apoio formal de legendas expressivas. No panorama midiático, a redução da importância da televisão e o uso das redes sociais em escalas sem precedentes anteriormente (NICOLAU, 2020).

As eleições gerais ficaram marcadas também como as que passaram pelas mudanças mais relevantes desde 1994. A nova legislação eleitoral trouxe mais incerteza para as disputas, conforme destaca Nicolau (2020, p. 421):

Algumas mudanças (Lei 13.165/2015) já haviam entrado em vigor nas eleições municipais de 2016 e seriam agora empregadas pela primeira vez em eleições gerais: a redução do prazo mínimo de filiação a um partido para que um cidadão possa disputar uma eleição; a diminuição do período oficial de campanha e do horário eleitoral gratuito, e o fim do financiamento por empresas; em 2018, os candidatos puderam contar, pela primeira vez, com os recursos de um fundo exclusivamente criado para o financiamento das campanhas eleitorais (Lei 13.488/2017).

Outros aspectos foram peculiares, como o fato de ter sido a eleição mais curta desde a redemocratização: 45 dias de campanha oficial e 35 de propaganda eleitoral gratuita. O tempo de aparição dos candidatos na imprensa foi reduzido pela metade comparando a 2014, havendo redução de divulgação em rádio e televisão e a duração do horário em rede também. Houve ainda a previsão de difusão de inserções de 30 segundos em intervalos na radiodifusão<sup>66</sup>.

Destaquemos, ainda, o fato de o candidato Jair Bolsonaro ter sofrido um atentado, ganhando ainda mais destaque da mídia e não ter participado dos debates eleitorais de redes de televisão. “Minha sugestão, porém, é que somente a velocidade de propagação de informação via redes sociais (particularmente o WhatsApp) pode explicar o crescimento final do candidato do PSL e de seus apoiadores” (NICOLAU, 2020, p. 385).

Um dos maiores pesquisadores de comunicação política, Gomes (2021), analisou fatos históricos<sup>67</sup> que aconteceram desde 2013 e resultaram nas eleições de 2018 sob a

---

<sup>66</sup> Outro aspecto destacados por Nicolau (2020) é o financiamento de campanha a partir da decisão do Supremo Tribunal Federal, considerando inconstitucional a doação empresarial para partidos e candidatos e a criação do fundo de recursos públicos para financiar campanhas em 2017. Assim, as eleições de 2018 foram as primeiras a receber financiamento deste fundo eleitoral.

<sup>67</sup> O professor Wilson Gomes destacou os reiterados escândalos políticos que aconteceram em 2018, os protestos de 2013 e 2014, crise econômica, a operação Lava Jato, a administração do presidente Temer e a eleição de Donald Trump, que, segundo o autor, inaugurou a sensação de que um candidato extravagante poderia ganhar eleição, mesmo com *persona* política focada no desrespeito às minorias e ataques às autoridades que arbitram

perspectiva de quem, como define, é atento à comunicação política – ante um comportamento eleitoral engajado por faculdades intelectuais e imaginativas pautado por sentimentos de confiança ou desconfiança, entusiasmo, medo, esperança e ódio correlacionados às convicções, imagens e opiniões. Tudo é movido pelos recursos da comunicação estratégica da política, por meio de narrativas, retóricas e imagens.

A comunicação política é a política como comunicação, isto é, como um conjunto de fatos e ações expressivas capaz de produzir determinados sentidos, de gerar certas atitudes e dados sentimentos, de forma proposital ou espontânea, e modo calculado ou por acaso, com os eventos e as ações que realizamos ou com aqueles que realizam os nossos adversários. **É cada vez mais claro, em tempos de extrema disseminação das comunicações digitais, para além dos meios e ambientes da comunicação de massa, o quanto da política é basicamente comunicação.** (GOMES, 2021, p. 16, grifo nosso).

O autor analisa o Brasil como um laboratório de inovações em comunicação estratégica da política. Explica que a consolidação das forças conservadoras de direita no planeta dependeu de modalidades novas de comunicação estratégica, privilegiando a produção e disseminação, não só, de propaganda, mas, também, de contrapropaganda com uso de inteligência digital produzida por *sites*, jornalismo de chapa braca e *fake news*.

A leitura de Gomes (2021) sobre 2018 mostra o jogo inculpador da mídia, que é jogado por qualquer lado da política e a polarização das duas grandes forças eleitorais: o lulismo e o bolsonarismo. O lulismo relaciona-se com o antipetismo. Ambos representam um sentimento coletivo que odeia qualquer manifestação relacionada ao Partido dos Trabalhadores. Expressa que o bolsonarismo teve virtudes relacionadas à capilaridade e à penetração que o petismo não possuía, e o que chama de *media blaming* não foi suficiente para explicar o movimento.

As eleições são resultado de um mundo em constantes transformações, inclusive no campo da sociabilidade e da comunicação. Elas demandam atalhos de convencimento, engajamento e mobilização. Por isto, demandam não apenas o encontro de novos canais de comunicação, mas a necessidade de ocupá-los na busca pela visão dominante dos fatos. Gomes (2021) destaca quatro aspectos de 2018. O primeiro foi a polarização, o abandono das posições ponderadas na política, foi a grande marca da eleição. O segundo compreende o sentimento de antipolítica relacionado ao desprezo em relação ao sistema. O terceiro aspecto engloba a participação e o engajamento que despertou militância diuturna. O quarto abrange a

---

sobre fatos, verdade e justiça. Para Gomes (2021, p. 12), “Não houve fatalidade envolvida, mas decisão, não houve destino, mas escolha, não houve predestinação, mas triagem, eleição”.

inclusão das pautas morais que aproximavam ou distanciavam as pessoas de valores conservadores e a fragmentação.

Além de produzir uma das eleições mais disputadas, 2018 foi marcada por ter sido, até então, a eleição mais digital da história. Pesquisadores do FGV DAPP (RUEDIGER, 2019) fizeram uma publicação, sem vinculação partidária ou política nem com intuito de representar pesquisa eleitoral, aferindo a percepção social no ambiente digital sobre políticas públicas. O estudo detectou o fato de as redes sociais terem sido o grande eixo da discussão política da campanha presidencial de 2018 que, inclusive, centralizaram o impacto da desinformação<sup>68</sup>.

Os pesquisadores detectaram, de 1º a 15 de agosto, exatamente os últimos 15 dias antes da campanha eleitoral oficial, 387,9 mil publicações no Twitter sobre a disseminação de notícias falsas e 206,6 mil *retuítes*. Avaliaram, inclusive, que as checagens de notícias feitas por agências ou pela imprensa tradicional foram muito compartilhadas.

Havia, contudo, um clima de críticas aos meios de comunicação, inclusive com denúncias de que produziam *fake news*. Isso ocorre quando, conforme já estudamos, as notícias produzidas por jornalismo profissional seguem uma série de técnicas e padrões éticos. Pode-se até produzir mau jornalismo, produto de má apuração, dos interesses financeiros e políticos dos donos dos meios ou de falta de profissionalismo de algum repórter, mas não uma informação fraudulenta. Quando há intuito de enganar, existem mecanismos previstos no Código de Ética dos Jornalistas.

No ranque das informações mais citadas, em primeiro lugar, estão as relacionadas às urnas eletrônicas e suas supostas fraudes, que movimentaram 1,1 milhão de *tuítes*. Alguns, inclusive, pediam a volta do voto impresso. Em segundo lugar, ficou o já estudado caso do “kit gay”, que mobilizou cerca de 1 milhão de referências, que repercutiam a informação de que o candidato Fernando Haddad teria autorizado a criação do conteúdo durante a gestão no Ministério da Educação.

O estudo aferiu também que as publicações relacionadas ao candidato Jair Bolsonaro tiveram alcance menor. A mais destacada atrelava-se à simulação de uma cirurgia oncológica, que mobilizou 34,6 mil registros. As bases pró-Bolsonaro e pró-Haddad

---

<sup>68</sup> “A FGV DAPP analisou em pleno período eleitoral, nas semanas finais da disputa, as referências às principais notícias falsas em redes sociais abertas – Twitter, Facebook e Youtube –, entre 22 de setembro e 21 de outubro para mensurar o alcance que obtiveram em cada plataforma e qual a resposta da rede aos conteúdos – ou seja, se foram objeto de checagem, se houve compartilhamento dos desmentidos ou se as informações não procedentes continuaram com impacto após o surgimento na *web*.” (RUEDIGER, 2019, p. 25).



destacaram-se como as que mais apresentaram interferência de robôs no período de campanha.

Ao longo de 12 a 18 de setembro, foram coletados 7.465.611 *tuítes* e 5.285.575 *retuítes* a respeito dos candidatos. Desta base, foram encontradas 3.198 contas automatizadas, que geraram 681.980 interações “A desinformação ao longo da corrida eleitoral esteve presente, mas não foram os robôs os maiores responsáveis por sua disseminação” (RUEDIGER, 2019, p. 33). Assim, não se configurou privilégio de distribuição automatizada, mas de perfis que se manifestaram. Outro aspecto relevante foi a identificação da participação de redes internacionais<sup>69</sup> para influenciar o debate eleitoral brasileiro. Por isso, o estudo sugere diálogo constante entre poder público, imprensa, plataformas e políticos, e conclui que:

A desinformação pode **suscitar poderosos impactos negativos nas democracias**, conforme já amplamente documentado em situações relacionadas a muitos países, e a internet, enquanto multiplicadora de informações e de participantes ativos no debate político, **permite ao mesmo tempo a fragmentação e a unificação de grupos sociais. Rompe fronteiras e organiza polarizações que tendem a extremos, suprimindo possibilidades de consenso.** (RUEDIGER, 2019, p. 38, grifo nosso).

O trabalho concluiu que, independentemente da maneira como se propaguem, as redes de divulgação continuarão sendo desafio nos pleitos eleitorais seguintes. As propriedades de compartilhamento de informações fraudulentas adaptam-se a cada plataforma e destacam três paradigmas necessários para a uma tentativa de mudança: transparência nas relações institucionais políticas; interferência de agentes do Estado por meio de um contato direto com o eleitor e ampliação da participação cidadã (RUEDIGER, 2019).

A tese de doutorado de Dourado (2020) enfrentou quatro dimensões das *fake news* a partir das eleições de 2018: a quem beneficia, a quem prejudica, sobre a disposição emocional e a classificação. Ela analisou um *corpus* de 346 *fake news*. O panorama indica que 45,37% das *fake news* em período eleitoral eram diretamente favoráveis, oferecendo vantagem objetiva ao candidato Jair Bolsonaro.

Isso considerando que o conjunto que favorecia a extrema direita também era favorável à candidatura do postulante. “Com isso, pode-se dizer que um conjunto de 226 *fake news* foram favoráveis a Jair Bolsonaro e à própria imagem ou pauta política, o que significa 65,31% do *corpus*” (DOURADO, 2020, p. 163). No estudo sobre a quem prejudica, do total do *corpus*, 346 *fake news*, 215 eram desfavoráveis a um candidato, 82 ao conjunto de outros

---

<sup>69</sup> Verificou-se a participação de agentes sediados na Rússia, Equador, Argentina, por exemplo.

candidatos. Entre os candidatos com prejuízo direto e objetivo, 123 atingiram Fernando Haddad, 50 Jair Bolsonaro, 15 Lula e 8 Ciro Gomes.

Além da análise dos beneficiados e prejudicados, Dourado (2020, p. 179) analisou ainda o clima de opinião hostil no contexto brasileiro – resultado do ecossistema de informação política das plataformas das mídias sociais, conformado por discursos antidemocráticos representado por uma “[...] teia de mentiras, comentários e opiniões, de modo que fica difícil distinguir fontes confiáveis ou fatos dotados de credibilidade”.

Esta credibilidade causa ainda mais impacto quando compartilhada por pretensas figuras públicas. Dourado (2020) destaca, também, que os cidadãos comuns são protagonistas na teia desinformativa e se reúnem por afinidades de convicção e de informação. O que as torna populares é exatamente o fato de trazerem pensamentos já consagrados em determinados espaços sociais a partir de “[...] preferências partidárias, identificação ideológica, preconceitos e emoções sobressalentes” (DOURADO, 2020, p. 206).

Em termos do modo como se propagam, Dourado (2020) argumenta que a propagação é crucial no conceito e na dinâmica do fenômeno. O Facebook foi a plataforma mais relevante, o WhatsApp surge entre os mais relevantes meios de comunicação e o Twitter aparece como mediador de conteúdo. Outro aspecto é a mimetização do jornalismo. Isso ocorre porque as *fake news* demandam o mesmo imediatismo factual das notícias. “Simular-se ou dissimular-se como se notícia fosse é basicamente uma postulação de que seja considerada um relato fatural, objetivo e, portanto verdadeiro, além e atual e relevante” (DOURADO, 2020, p. 237).

As *fake news* acabam sendo um fenômeno que coexiste junto à política que se posiciona por meio da polarização. Na pesquisa de Dourado (2020), verificou-se que, em três meses, foram compartilhadas quatro milhões de mensagens. No mês da eleição, a fraude informacional chegou a concentrar 6,3 vezes mais compartilhamentos do que os dois primeiros meses da campanha oficial. *Fake news* produzidas por meios de vídeos e textos com imagens foram as que mais prevaleceram. Acredita-se que os vídeos trazem maior evidência para os fatos inventados, o que contribui para a maior aceitação do conteúdo (DOURADO, 2020).

Com relação às disposições emocionais sugeridas, foram destacados 12 sentimentos<sup>70</sup> indicados a partir das discussões e polarizações vividas nas eleições. O

---

<sup>70</sup> Foram convocados sentimento e bolsonarismo, antipetismo, antibolsonarismo, antiesquerda, antilulismo, anticomunismo, petismo, lulismo, anti-imprensa, anticorrupção e antipolítica.

bolsonarismo apresentou 26,87% das *fake news* eleitorais e corresponde a histórias como “Manifestação pró-bolsonaro é a maior da história”. O antipetismo é convocado em 22,25% do *corpus* e corresponde a conteúdo como “Vídeo mostra eleitores do PT espancando idosas eleitoras de Bolsonaro” (DOURADO, 2020, p. 167).

Há pesquisadores que sustentam que as mídias sociais levaram o eleitorado a privilegiar Bolsonaro por meio de mensagens de propaganda política, com mecanismos que mesclam palavra e imagem. “Nas ruas e nas redes, os que prevaleceram foram os argumentos emocionais, em vez dos racionais com o suporte de narrativas dramáticas, buscando se tornarem conteúdos virais e contando com o uso de robôs para espalhar notícias falsas”<sup>71</sup> (PANKE; MILA; ARANTE, 2020, posição 1364, tradução nossa).

Do outro lado, opositores utilizaram *memes* com o sarcasmo como função argumentativa. Os *memes* despertam o riso que capta atenção formando ainda estratégia de persuasão por proporcionarem uma rápida apreensão e tornarem-se atraentes para o público.

Os *memes* são grandes meios de comunicação utilizados para criticar, satirizar ou promover uma ideia por meio de imagens, GIF ou vídeos curtos. “Em pouquíssimo tempo (porque na internet, assim como na vida, não temos tempo a perder), o *meme* oferece conteúdo de consumo instantâneo e de compartilhamento garantido” (SOUZA, 2019, p. 1165). Para Souza (2019), uma campanha deve incluir a pergunta: “O seu candidato é ‘memeficável?’”.

Ao analisar as eleições de 2018, avaliou que o tempo curto da eleição dificultou um debate mais profundo sobre programas de governo. Foi, então, que “[...] o *meme* falou mais alto na internet”. Era preciso chamar atenção do eleitor:

Isso vale tanto para as polêmicas como para os *memes* e vídeos curtos, feitos exatamente para serem visualizados de forma rápida e logo compartilhados. Em poucos segundos, o *meme* passa a mensagem. Em tempos de atenção fragmentada, o candidato tem poucos segundos para fisgar o eleitor. O *meme* serve perfeitamente a esse propósito. Destaque (Quem se informou pelas redes sociais (e em especial pelo WhatsApp) acompanhou a eleição apenas pela lente dos *memes*. Lacrações e mitadas foram compartilhadas ferozmente, o que dificulta o diálogo e apenas replica a informação que interessa a um candidato. (SOUZA, 2019, p. 1363-1366).

Souza (2019) entende que o protagonista das eleições de 2018 foi o WhatsApp, que virou uma espécie de “central”, onde circularam desinformações em grupos de pessoas que não queriam ampliar as vozes. Lembra que cada pessoa possui linguagem própria e vive a

<sup>71</sup> No original: “En las calles y en las redes los que prevalecieron fueron los argumentos emocionales, en lugar de lo racional con el apoyo de las narrativas dramáticas, buscando convertirse en contenidos virales y contando con el uso de robots para difundir noticias falsas”.

compartilhar as mesmas pautas e visões de mundo. “Cada plataforma tem a sua linguagem própria e privilegia uma ou outra forma de comunicação. As campanhas que souberam explorar as peculiaridades de cada rede social acabaram atingindo o eleitor de forma mais eficiente” (SOUZA, 2019, p. 1411).

Foi esta eficiência que fez mudar a cara das eleições, inclusive trazendo novas lideranças. E essa mudança trouxe consigo a desinformação que marcou as eleições de 2018. Na análise de Souza (2020), existem três culpados para este fenômeno: além do eleitor, dos partidos e seus candidatos, a força das plataformas. “O radicalismo nasce justamente na ausência do outro. O conteúdo falso e viral precisa exatamente disso: pouca gente para contestar e muita gente para repetir. Temos a nossa parcela de culpa” (SOUZA, 2019, p. 1453).

A internet consagrou um tipo de campanha muito mais barata do que a televisão e ainda oferece a interatividade e um tipo de engajamento que a TV não tem. No lugar de programas eleitorais superproduzidos, entram grupos de WhatsApp e transmissões em tempo real. Essas ferramentas levam o candidato para perto do eleitor.

Há, ainda, outro aspecto: partidos, coligações e candidatos fizeram pouco para impedir a escalada desinformativa. Acabaram usando as ferramentas para consolidar as narrativas que lhes fossem favoráveis e colaboraram para a criação de muitas outras que destruíssem seus adversários. Souza (2020) também destaca a parcela de culpa das plataformas, que até tentaram barrar o problema, como será estudado posteriormente.

Os candidatos passaram a usar as redes para falar com o eleitor sem intermediários ou barreiras. Souza (2020) alerta, entretanto, para o fato de que é equivocado pensar que não existem intermediários neste lugar. Estamos sujeitos a um bastidor de leis e regras que as plataformas utilizam. É o caso dos algoritmos, que fazem a leitura dos compartilhamentos e a distribuição de conteúdo pelos *feeds* de notícias.

Santos Junior (2019, p. 7) defendeu uma tese de doutorado argumentando que, para além das redes, as eleições de 2018 são resultado do “[...] desvirtuamento das funções da imprensa de massa, do Congresso Nacional e do sistema de justiça”. O pesquisador<sup>72</sup> avalia que não foram as mídias sociais que miraram a democracia, mas a junção de elementos geradores de colapso político e desconfiança da democracia. O papel das mídias foi catalisar a insatisfação e a revolta de elementos da direita.

---

<sup>72</sup> Alves analisou mais de três milhões de publicações no Facebook.

Neste contexto, vale destacar, ainda, o Projeto Comprova, que contou com 24 veículos de mídia para combater a desinformação e teve parceria de redes como o Twitter<sup>73</sup>. Em três meses de trabalho, foram analisados 147 rumores checados. “Sendo que, se não me equívoco, apenas 8 eram rumores que tinham fundamento na realidade, todos os demais eram absolutamente falsos. Esses desmentidos, então, circularam e foram amplificados pelos veículos que faziam parte da coalizão” (BRAMATTI, 2019, p. 100).

Foi preciso trabalhar muito, especialmente no universo político. O pesquisador da Fundação Getúlio Vargas, Carvalho (2019), destacou pesquisa do MIT, segundo a qual *fake news* relacionadas à política ganham mais engajamento e chegam mais longe do que a mídia das demais. Isso é mais grave ainda, quando se percebe a força do digital. Marcelo Lacerda, diretor do Google, revela a importância da inteligência artificial nesta luta porque é humanamente impossível fazer checagem num YouTube, por exemplo, onde, segundo ele, são carregadas 400 horas de vídeo por minuto.

Nas eleições de 2018, o Facebook, criou um Centro de Operações para as eleições brasileiras e chegou a retirar materiais ilegais em pouco tempo, além de produzir cartilhas e respondeu às demandas da Justiça eleitoral com uma equipe de cerca de 60 advogados. “Essa equipe conseguiu garantir que o Facebook respondesse as inúmeras ordens judiciais que recebeu ao longo do processo eleitoral de forma tempestiva, dentro do prazo estabelecido pela Justiça Eleitoral”, segundo Rossina (2019, p. 124), então gerente de políticas públicas do Facebook.

Ineditamente, o pleito de 2018 recebeu uma Missão de Observação Eleitoral da Organização dos Estados Americanos<sup>74</sup>, cujo relatório já destacava preocupação com contexto polarizado e agressivo no ambiente de campanha e com os ataques digitais e físicos a candidatos, simpatizantes políticos e jornalistas.

Tanto que dados da Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo (Abraji), revelam que foram registrados 156 ataques contra jornalistas durante as eleições e parte deles em contexto partidário e eleitoral. Foram 85 ataques no campo digital, afetando 69 profissionais, e 71 agressões físicas.

No terreno digital, fotos de jornalistas foram divulgadas com atribuição de rótulos de tendência partidária e incentivando ofensas em redes sociais. As violências físicas estavam

---

<sup>73</sup> Segundo Gallo (2019), pesquisa do Instituto de Internet da Universidade de Oxford mostrou que o conteúdo de fontes profissionais foram os mais compartilhados pelo Twitter, enquanto conteúdos polarizantes somaram apenas 2%.

<sup>74</sup> A missão contou com 30 especialistas e observadores de 17 países. Foram visitadas 392 seções eleitorais, de 121 locais de votação em 11 Estados e no Distrito Federal.

relacionadas à cobertura das eleições. Uma das jornalistas que sofreu ataques mais graves foi Patrícia Campos Mello (2018), da *Folha de S.Paulo*, autora da reportagem, publicada em 2018, “Empresários bancam campanha contra PT pelo WhatsApp”, caso que foi estudado no capítulo anterior.

Mello (2020) escreveu um livro que chamou de *A máquina do ódio* sobre o uso de ferramentas para realizar perseguições como as que ela sofreu desde quando publicou a reportagem. A jornalista considera viver num mundo bizarro depois que, 10 dias antes do segundo turno, denunciou na reportagem (MELLO, 2018) o disparo em massa de mensagens por WhatsApp contra o candidato Fernando Haddad, quando a Lei n. 13.488/2017 proíbe a contratação de pessoas ou mecanismos de internet que ofendam honra ou prejudiquem a imagem de candidato.

Segundo a análise de Mello (2020), a iniciativa ainda poderia indicar caixa dois indireto, tendo em vista que o Supremo Tribunal Federal já havia decidido que só pessoas físicas poderiam contribuir e apresentar prestação de contas. Quando as primeiras denúncias foram publicadas, o TSE não fazia diferença entre impulsionamento, utilizado para destacar propagandas e postagens em redes sociais, e disparos em massa no WhatsApp, considerada prática ilegal porque configura doação de campanha por empresas.

A estratégia resulta num problema, porque os disparos eram realizados por agências e não pela plataforma, como ocorre com o impulsionamento (MELLO, 2020). Piaia e Alves (2020) analisaram quase 200 mil mensagens de WhatsApp em 21 grupos de apoio ao então candidato de Jair Bolsonaro e entendem que este tipo de modelo de campanha se torna mais ágil e com maior capilaridade, além de provocar uma comunicação mais próxima ao cotidiano comunicativo do cidadão, com a informalidade e sem o modelo engessado das coberturas dos meios tradicionais. Acrescentam:

Ancorada na narrativa de um levante popular, construiu-se como uma iniciativa exemplar da “nova política”, descolada das práticas e vínculos eleitorais usuais. A análise dos grupos, no entanto, traz diversos elementos que indicam que, apesar da novidade midiática, houve articulação e direcionamento das comunicações por WhatsApp. A identificação de super-participantes (com alta concentração de postagens e atividade inter-grupos), bem como a coordenação de votos e o enquadramento preventivo indicam o uso estratégico do aplicativo na campanha eleitoral.

Na época, o próprio representante do WhatsApp solicitou ao TSE que a legislação coibisse uso de ferramentas de disparo em massa. Caso o Tribunal tivesse pedido e o programa fornecido os telefones que realizavam este tipo de uso irregular, teria sido possível

“[...] identificar de onde vinha ao menos parte desses disparos, a partir do IP, que seria cruzado com informações das operadoras de telefonia” (MELLO, 2020, posição 694).

O WhatsApp chegou a admitir ter servido, de maneira ilegal para envios em massa, mas o Tribunal Superior Eleitoral decidiu “enterrar a história”, não ouvindo repórteres, donos de agência nem representantes do programa no início da investigação. Mello (2020) ressalta ainda que o envio de mensagens de *políticas* em massa pelo programa só passou a ser ilegal a partir de dezembro de 2019, mais de um ano depois da publicação das reportagens.

O processo em que Jair Bolsonaro solicitou divulgação de material que embasou a reportagem acabava por sugerir a quebra de sigilo da fonte, protegido pela Constituição Federal<sup>75</sup>. Em setembro de 2019, por sete votos a zero, o presidente perdeu a ação.

O corregedor do TSE, ministro Jorge Mussi, por sua vez, instituiu uma ação para investigar a compra de disparos em massa. No entanto, foram negados diversos pedidos para que houvesse busca e apreensão nas agências e quebra de sigilo bancário, telemático e telefônico dos donos. [...]. Na época, Mussi afirmou que não acataria o pedido de busca nas agências por ele estar lastreado apenas “em matérias jornalísticas”, mas que isso poderia ocorrer em outro momento (nunca ocorreu). (MELLO, 2020, posição 475).

O ministro Jorge Mussi excluiu quem a jornalista considerava uma peça-chave do processo: um empresário cuja agência era suspeita de fazer disparos em massa e ainda impediu que sete testemunhas fossem ouvidas, entre elas, donos de agência, funcionário denunciante, representante do WhatsApp e os autores a reportagem. “Tudo levava a crer que o caso seria enterrado de vez quando, em 4 de outubro de 2019, o WhatsApp reconheceu que a plataforma tinha sido usada de forma irregular na campanha eleitoral de 2018” (MELLO, 2020, posição 636).

A jornalista observa que, “[...] com auxílio de *bots* e *trolls*, que insuflam vozes mais radicais das redes e contaminam o resto, é possível, num estalar de dedos, transformar uma reportagem em opinião paga pela esquerda, escrita por jornalistas ‘comunistas’” (MELLO, 2020, posição 145) – comportamento semelhante aos que eram realizados em regimes autoritários, como o que aconteceu durante a Guerra Fria, quando a União Soviética buscava interceptar o canal da BBC World Service, ou na história recente, quando a China bloqueia redes sociais, como lembra a jornalista.

---

<sup>75</sup> O sigilo da fonte está previsto no art. 5, inciso XII: “é assegurado a todos o acesso à informação e resguardado sigilo da fonte, quando necessário ao exercício profissional”. No caso do jornalismo é considerado um dos pilares por, de alguma forma, garantir que as fontes estarão protegidas e que possam compartilhar bastidores do poder.

Em 2018, a presença digital do então candidato Jair Bolsonaro era superior aos dos outros candidatos. Segundo Mello (2020), no Facebook, a página tinha 6,9 milhões de seguidores, duas vezes mais do que Fernando Haddad, com 689 mil e no Instagram tinha 3,8 milhões de seguidores, enquanto Haddad tinha 481 mil.

A investigação da jornalista mostrou que os grupo de WhatsApp funcionavam como lista de transmissão em que os administradores mandavam mensagem para o máximo então permitido: 256 integrantes. “Tudo isso faz do WhatsApp um veículo assustadoramente eficiente para disseminar propaganda política ou desinformação” (MELLO, 2020, posição 289).

Os ataques não eram apenas físicos, mas também morais, inclusive com exposição de imagens de jornalista simulando a simpatia partidária e sugerindo agressões. “Atos de violência contra jornalistas não somente atentam contra o direito destas pessoas de expressar opiniões e ideias livremente, mas também o direito dos cidadãos de buscar e receber informação, algo especialmente importante nos processos eleitorais” (OEA, 2018, p. 5).

A Missão da OEA constatou a revolução na maneira dos candidatos se comunicarem com o público (OEA, 2018). Diante das métricas da televisão e do rádio, o TSE inaugurava a permissão para que candidatos impulsionassem conteúdos pelos próprios candidatos pela internet. Isso fez com que os debates migrassem para as redes sociais e programas como WhatsApp, cuja natureza de mensagens criptografadas dificultava o combate à propagação; porém a Missão avaliou ter havido uso irresponsável de setores políticos para propagar desinformação e atacar, inclusive, as instituições e o sistema eleitoral.

O relatório destacou que o fenômeno já foi observado em outros países, mas, no Brasil, acabou por despontarem desafios que incluíram sistemas criptografados em plataformas privadas de mensagens. E que o volume foi ainda maior no segundo turno das eleições. A Missão considerou positivamente a reação das autoridades eleitorais no sentido de desmentir e fazer campanhas para divulgação de informações corretas.

Em relatório enviado à OEA (2018), representantes do WhatsApp afirmaram ter eliminado centenas de milhares de mensagens ilegais e um mecanismo de etiquetar mensagens encaminhadas para esclarecer que o conteúdo não tinha sido escrito pelo remetente. Reconheceu o trabalho das agências de checagem e o papel dos meios de comunicação. Alertou sobre a necessidade de aprofundar a abordagem multissetorial, inclusive com participação de políticos, para reduzir a propagação de desinformação.

Em decorrência do clima de tensão e dos ataques institucionais, o Tribunal Superior Eleitoral criou um Comitê Estratégico composto por vários atores de distintos



poderes. No campo da comunicação social, foram elaboradas páginas com informações para o eleitor, além do *site* “Esclarecimentos sobre informações falsas”, com *links* para agências de checagem, com alertas sobre o perigo da desinformação e produzido conteúdo para ser compartilhado nas redes sociais, na busca de seguir o fluxo enfrentado pela desinformação.

No dia 4 de outubro de 2018, data de votação do primeiro turno, foi registrado pico de ataques contra o sistema eleitoral. Durante o intervalo de 23 dias entre o primeiro e o segundo turno, foram desmentidos 35 boatos divulgados contra a Justiça Eleitoral (ROSA, 2020). A então ministra presidente do Tribunal Superior Eleitoral sublinhou os ataques em massa contra o sistema eleitoral, contra autoridades e servidores da instituição. O grave ambiente de desinformação impôs adoção da estratégia institucional para assegurar a normalidade do segundo turno das eleições. Foi então criado o Gabinete Estratégico, com reuniões diárias, no intuito de uniformizar “[...] atendimentos, registro e encaminhamento de queixas, além de padronizar o tratamento das ocorrências apresentadas por órgãos de polícia” (WEBER, 2020, p. 18).

Na seara da desinformação, as duras lições do passado recente, somadas ao atual estágio de desenvolvimento de tecnologias, que, por exemplo, possibilitam criar, com suporte na inteligência artificial, imagens e sons inverídicos, mas cuja falsificação é praticamente imperceptível – as denominadas *deep fakes* – sinalizam a necessidade de preparação para o enfrentamento de novos e mais complexos desafios, para os quais imprescindíveis a comunhão de esforços e compartilhamento de responsabilidades. (WEBER, 2020, p. 20).

Na senda criminal, a delegada Mariana Calderon (2020) lembrou que a segurança informacional passava pela checagem de notícia diante do fato de que as notícias falsas abrigavam elementos de tipicidade penal. A polícia instaurou inquérito, produziu laudos periciais e respostas técnicas para as demandas. A jurista Grace Mendonça (2020) avaliou os desdobramentos da desinformação que são capazes de comprometer as bases que sustentam o direito ao voto.

Diante da desinformação, o voto acaba sendo resultado de uma manipulação e dificulta que o eleitor realize uma genuína decisão eleitoral, porque mina a percepção deles ante as escolhas. Assim, a soberania do povo acaba por perder a liberdade de convencimento pelo fato de não estar alicerçada na verdade. “A escolha pautada pela desinformação ou pela mentira passa a ser, como dito, a expressão da manipulação da vontade do povo, e não da verdadeira vontade popular, uma nociva inversão de valores democráticos” (MENDONÇA, 2020, p. 54).

Para colaborar com a partilha de informações, o TSE criou páginas como “Fato ou Boato?” esclarecendo sobre o processo eleitoral e desmentindo informações fraudulentas; o *site* Desinformação, dedicado ao Programa de Enfrentamento à Desinformação, lançado em 2019 e que será objeto de estudo deste capítulo; o *site* Segurança do Processo Eleitoral, com dados sobre votação e pergunta frequentes, além do Portal das Eleições, com dados sobre serviços para o eleitor.

Destaquemos, ainda, o fato de que as eleições de 2018 ocorrem num momento em que os meios de comunicação sentiam efeitos de desconfiança e, conforme estudamos, as redes sociais moldavam uma realidade paralela. A pesquisa realizada pela Edelman Trust Barometer (2018) mostrou que os meios de comunicação eram a instituição que apresentava o menor índice de confiança no mundo.<sup>76</sup>

No Brasil, 74% dos entrevistados consideravam que os veículos de imprensa estão mais preocupados com índices de audiência do que com a qualidade da notícia; 71% acreditavam que os meios de comunicação “sacrificam a exatidão” para serem os primeiros a dar notícia e 61% entendem que os veículos apoiam ideologias.

A pesquisa relaciona o índice de desconfiança com a proliferação de *fake news*, que contribuíram também para a queda na confiança também em governo e empresas. “Sinal disso é que 58% dos brasileiros não sabem diferenciar o que é verdade do que é mentira; 68% não sabem em quais políticos confiar e 48% não sabem em quais companhias ou marcas confiar” (EDELMAN TRUST BAROMETER, 2018, s.p.).

Perceba-se que o contexto de desconfiança nas instituições deslegitima a representação política e promove orfandade do que protege o interesse comum. É quando se abre uma fenda profunda, ruptura nos campos emocionais e cognitivos, e rompe-se com a relação de afeto à democracia. É um paradoxo argumentado por Castells (2018, p. 8), que considera haver uma redução cada vez maior das pessoas que acreditam na democracia liberal, ao passo que continuam defendendo o ideal democrático: “A rejeição faz surgir lideranças políticas que alteram a ordem política nacional e mundial: Trump, Brexit e a ‘decomposição do sistema político do Brasil’”.

---

<sup>76</sup> “O estudo global Edelman Trust Barometer 2018 apontou pela primeira vez que a mídia é a instituição menos confiável ao redor do mundo. O resultado apontou que em 22 dos 28 países, ela se encontra no território da desconfiança. O Brasil está entre as nações que registraram as maiores quedas, ao lado da Índia e dos Estados Unidos. A confiança na mídia nos três países caiu cinco pontos e chegou a 43%. A redução da confiança nas plataformas digitais (mecanismos de busca e redes sociais) está entre as responsáveis pelo cenário e entre os brasileiros também caiu cinco pontos, chegando a 64%.” (PORTAL IMPRENSA, 2020, s.p.).

Castells (2018, p. 12) atribui a crise do que chama de modelo de democracia liberal, que pressupõe respeito aos direitos dos cidadãos, mediante o império da lei protegida pelos tribunais, eleições livres, possibilidade de rever e atualizar a Constituição: “A democracia se constrói em torno das relações de poder social que a fundaram e vai se adaptando à evolução dessas relações, mas privilegiando o poder cristalizando nestas instituições”. E a instabilidade das instituições depende do quanto permanecem viva na mente das pessoas.

Some-se isto ao fato de que as eleições ocorrem sob o domínio do *marketing* eleitoral e seguem as tramas da comunicação. “Mesmo assim, os cidadãos votam, elegem e até se mobilizam e se entusiasmam por aqueles em que depositam esperanças, mudando volta e meia quando a esperança supera o medo de mudança, que é a tática emocional básica na manutenção do poder político” (CASTELLS, 2018, p. 13).

E a tática emocional está rodeada por política midiática. Castells (2018) analisa como essa vida na sociedade-rede traz implicações na tomada de decisões. Dá o exemplo das mensagens que são elaboradas posteriormente ao seu impacto. O uso da imagem é poderoso porque lida com reflexos emocionais tocados pelo universo visual que procede ao processo cognitivo de elaboração e decisão. “A forma de luta política mais eficaz é a destruição moral e da imagem de quem se postula como líder. As mensagens negativas são cinco vezes mais eficazes em sua influência do que as positivas” (CASTELLS, 2018, p. 27).

Ao analisar o impacto da internet na política estado-unidense, Hindman (2009, p. 21, tradução nossa) admite que a *web* pode ter tornado as discussões mais acessíveis, mas considera um equívoco considerar que a internet está democratizando a política:

Se quisermos entender o destino da política na era da Internet, também precisamos reconhecer os novos e diferentes tipos de exclusividade que moldam a política *online*. Em uma série de áreas, desde notícias políticas a *blogs* e *advocacy* de questões, este livro mostra que o discurso *online* segue os padrões do vencedor leva tudo. Paradoxalmente, a extrema “abertura” da Internet alimentou a criação de novas elites políticas. Os sucessos da Internet na democratização da política são reais. No entanto, as falhas do meio a este respeito são menos reconhecidas e, em última análise, tão profundas.<sup>77</sup>

---

<sup>77</sup> No original: “If we want to understand the fate of politics in the Internet age, we also need to acknowledge new and different types of exclusivity that shape online politics. In a host of areas, from political news to blogging to issue advocacy, this book shows that online speech follows winners-take-all patterns. Paradoxically, the extreme ‘openness’ of the Internet has fueled the creation of new political elites. The Internet’s successes at democratizing politics are real. Yet the medium’s failures in this regard are less acknowledged and ultimately just as”.

Desde a invenção da imprensa, a tecnologia foi considerada uma contribuição democrática. A questão da internet vai muito além da técnica e não deve tornar inútil o seu valor social. O autor compila estudos de cientistas políticos que mostram como a internet expande o uso da voz política no discurso *online*. Os estudos mostram que os chamados democratas participativos concordam que a democracia pode ser algo mais do que um processo de agregação e negociação de preferência (HINDMAN, 2009).

A verdadeira participação só acontece quando os cidadãos se envolvem em discussões diretas com outros cidadãos. Sendo assim, havia a esperança de que a internet ampliasse a esfera pública, aumentando o volume de ideias discutidas e o número de cidadãos autorizados a participar. Ocorre que essa participação nem sempre acontece de maneira direta. Algumas discussões não atingem núcleos fundamentais de debate e as pessoas começam a se agredir, com base inclusive, em dimensões pessoais e não políticas (HINDMAN, 2009).

Mesmo com avanços, o *design* dos espaços *on-line* favorece os interesses do consumidor sobre o cidadão e do interesse corporativo das plataformas sobre o interesse público. Some-se isso à produção de discussões em que há dificuldade para manter o clima de respeito, inclusive à dignidade humana, promovendo polarização no lugar do compromisso.

Em razão do que chamou de mito da democracia digital, Hindman (2009) questiona como reunir dados precisos perante a vasta dimensão de conteúdos *on-line*. Some-se, ainda, a exclusão digital, o que abre uma fresta no pluralismo. Apesar de a internet ter permitido uma organização mais inclusiva e o compartilhamento de interesses amplos e difusos, os interesses *on-line* são reflexos da política *off-line*. “Pode até ser fácil falar no ciberespaço, mas continua difícil ser ouvido”<sup>78</sup> (HINDMAN, 2009, p. 21, tradução nossa).

Para Silveira (2020), precisamos saber se a internet realmente está alterando as democracias. Afinal, mesmo que ela tenha assegurado que as pessoas falassem mais, não garantiu que elas fossem ouvidas. Segundo a autora, as promessas da participação *online* não se consolidaram, mas a democracia digital continua sendo uma esperança.

As técnicas de segmentação de publicidade eleitoral para disseminar desinformação trouxeram dúvidas se a democracia sobreviverá à destruição de parâmetros de realidade substituídos pelas pós-verdades. “Até o momento, grandes problemas da democracia não foram resolvidos pela tecnologia nem pelo seu uso” (SILVEIRA, 2019, posição 492). Os problemas relacionados às *fake news* não são privilégios do campo democrático e se espriam por áreas, como a da saúde pública.

---

<sup>78</sup> No original: “It may be easy to speak in cyberspace, but it remains difficult to be heard”.

## 6.2 As conexões entre a pandemia e a contaminação das informações eleitorais

Em 2020, o mundo parou diante de uma crise sanitária planetária. Em pleno ano eleitoral e no momento em que o Tribunal Superior Eleitoral seguia buscando medidas para combater as *fake news* eleitorais, a Organização Mundial de Saúde enfrentava outro fenômeno igualmente complexo: a *infodemia*. Uma série de medidas foi tomada, inclusive no campo da educação midiática para evitar que as pessoas, ante uma informação fraudulenta, não fossem prejudicadas na sua esfera individual e coletiva.

A *infodemia* trouxe a recuperação da imagem dos meios de comunicação. De acordo com uma pesquisa do *Datafolha* de 10 de abril de 2020, 83% das pessoas confiam nas informações divulgadas pelos telejornais; 79% confiam nos jornais impressos; 72% em *sites* de notícias; 64% em programas jornalísticos no rádio. Apenas 30% acreditam em informações sobre o coronavírus que chegam pelo Facebook, e 28% pelo WhatsApp.

Pesquisas mostraram os efeitos perversos das *fake news* no campo sanitário que provocaram mortes e ferimentos graves em milhares de cidadãos pelo mundo. Neste ambiente em que a própria ciência era questionada e as teorias da conspiração ganhavam vozes, *links* e compartilhamentos, a Justiça Eleitoral realizava mudanças no calendário histórico das eleições e sobre a segurança não apenas sanitária, mas também informacional.

Nessa concomitante trincheira, até mesmo estudiosos que ficaram conhecidos por produzirem conteúdo sobre o coronavírus foram convidados pelo Tribunal Superior Eleitoral para fazer campanha contra as *fake news* eleitorais. Foi o caso do biólogo Átila Iamarindo, que ganhou visibilidade, inicialmente nas redes sociais, por fazer comentários sobre a pandemia. O próprio TSE o define como “divulgador científico e youtuber” e destaca o fato de Átila ter “[...] atuado contra notícias falsas durante a pandemia do coronavírus” (BRASIL, 2020g, s.p.).

No dia primeiro de setembro, com o título *Fake news: uma epidemia perigosa para a democracia*, “se for *fake news*, não transmita”, a campanha foi transmitida no rádio, na televisão e na internet. O conteúdo destacava a maneira como a desinformação se alastra e, semelhante a um vírus, é transmitido pela ação de um transmissor que passa para os familiares, que passam para os amigos, que contaminam diversas pessoas.

Faz então uma analogia entre este fenômeno e o processo eleitoral, uma vez que este fenômeno pode ser extremamente prejudicial para a democracia, pois, além de acabar com a reputação das pessoas, pode esconder fatos verdadeiros sobre candidatos mal

intencionados e pode levar muito tempo para curar os efeitos. O texto da campanha destaca: “Tudo o que você receber, verifique antes de repassar. Consulte fontes e agências de checagem. Quem espalha *fake news* prejudica outras pessoas, a si mesmo e pode estar cometendo um crime. Se for *fake news* não transmita”.

### 6.3 As tentativas de enfrentamentos

Diante do fenômeno, o Tribunal Superior Eleitoral buscou mais medidas para lidar com o problema. Foram muitas as tentativas de encontrar formas de reduzir os efeitos da desinformação que ganhara dimensões nunca experimentadas num pleito eleitoral. Veremos agora as iniciativas pensadas para 2018 e 2020 e as críticas que foram elaboradas a partir dos desdobramentos delas.

Na avaliação de Braga, Wisse e Bozza (2019), em 2018, os tribunais adotaram um modelo intermediário entre a regulamentação e a vigilância na circulação das informações, sem uma regulamentação severa ou sanção ampla para os propagadores de conteúdo. Os pesquisadores destacam que o próprio TSE firmou acordo com partidos políticos<sup>79</sup> que se comprometeram a “[...] manter o ambiente de higidez informacional, de sorte a reprovar qualquer prática ou expediente referente à utilização de conteúdo falso [...], atuando como agentes colaboradores contra disseminação de *fake news*” (BRASIL, 2018aa, p. 2).

A proposta do acordo parte da crença de que as *fake news* são criadas para atingir candidaturas<sup>80</sup> de maneira negativa. “Nessa configuração, os partidos políticos disporiam de considerável influência sobre esses produtores de conteúdo falso, com formas de desmentir, de coibir e de vigiar a militância política engajada em sua disseminação pelas redes digitais e aplicativos de natureza diversa” (BRAGA, WISSE, BOZZA, 2019, p. 114-115).

Ao analisar as páginas de Facebook dos partidos políticos durante a campanha, Braga, Wisse e Bozza (2019) avaliaram que, mesmo tendo assinado documento, poucos tiveram comportamento proativo durante a campanha para denunciar ou desmentir *fake news*, mostrando que o acordo firmado com o TSE teve pouca eficácia:

<sup>79</sup> Assinaram o termo de compromisso os representantes dos seguintes partidos: Democratas (DEM), Partido Comunista do Brasil (PCdoB), Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB), Partido Democrático Trabalhista (PDT), Partido Republicano Brasileiro (PRB), Partido Social Cristão (PSC), Partido Social Democrático (PSD), Partido Social Liberal (PSL), Partido Socialismo e Liberdade (PSOL) e Rede Sustentabilidade (REDE) (BRASIL, 2018aa).

<sup>80</sup> Braga, Wisse e Bozza (2019, p. 118) destacam que apenas cinco partidos criaram agências de checagem, como o partido Novo, o PCdoB, o PROS, o PSDB e o PT: “Os demais partidos não apresentam links ou plataformas específicas para denúncias de *fake news*, inclusive o link do PSL sequer tem mecanismos para a busca de notícias sobre o assunto apresentou em seu website”.

O tema foi abordado pelos partidos, chegando mesmo ao questionamento da legitimidade dos resultados do pleito presidencial. Isso que indica que a propagação de notícias falsas atingiu a todos os partidos indistintamente, embora com níveis variáveis de intensidade. As evidências por nós coletadas são as de que os candidatos do PT e do PCdoB foram as principais vítimas da *fake news*, embora os candidatos do PSL e de outros partidos também tenham sido objeto de notícias falsas durante a campanha. (BRAGA; WISSE; BOZZA, 2019, p. 121).

Ainda em 2017, o Conselho Consultivo sobre Internet e Eleições foi instituído para desenvolver pesquisas e estudos sobre as regras eleitorais e acerca dos riscos da desinformação e sua disseminação com uso de robôs. Cabia ao Conselho, ainda, propor ações para o aperfeiçoamento das normas, porém, integrantes do Conselho fizeram diversas críticas à atuação deste.

Recomendações como vedação de postagens pagas direcionadas a um público específico, pagamento de anúncios e impulsionamento com base nas características do público não foram assimiladas pelo Tribunal, medidas técnicas para evitar disseminação de desinformação pelo WhatsApp e ações para conscientização de usuários, além da redução de reuniões no momento mais próximo do pleito (MARTINS, 2020).

Com base no Conselho Consultivo, foi elaborado o Programa de Enfrentamento à Desinformação com foco nas Eleições de 2020, lançado em agosto de 2019. A ideia era enfrentar os nocivos efeitos da desinformação com foco no processo eleitoral, no funcionamento das urnas e do processo eletrônico de votação, aos membros, servidores e colaboradores da Justiça Eleitoral, além da segurança sanitária no contexto de pandemia e dos atos relativos à organização e à realização das eleições.

As ações foram planejadas em curto, médio e longo prazos, constituídas com suporte na junção de ideias de 55 entidades<sup>81</sup>. O Programa é gerenciado por um grupo gestor, mas com o desenvolvimento das ações de forma descentralizada e multissetorial. Em cada Tribunal Regional Eleitoral, um representante estabelece comunicação com os integrantes do comitê estratégico para reportar casos de desinformação.

Foram desenvolvidos seis eixos temáticos. O primeiro está atrelado à organização interna, com viés mais administrativo e distribuição de atribuição nas áreas da Justiça Eleitoral. O segundo relaciona-se à alfabetização midiática e informacional incluindo capacitações para auxiliar na identificação e na checagem de desinformação, além da compreensão do processo eleitoral. O terceiro eixo preocupa-se com a contenção da

---

<sup>81</sup> As entidades incluem Associações de Emissoras de Rádio e Televisão, imprensa, internet, provedores de internet e telecomunicações, agências de checagem de conteúdo, Ordem dos Advogados do Brasil, partidos políticos, instituições de direitos digitais, universidades, sindicatos, representantes de redes sociais.

desinformação a partir de medidas concretas voltadas para desestimular sua prática. O quarto eixo visa a identificar e checar a desinformação por meio de métodos ampliados e aperfeiçoados. O quinto contempla o aperfeiçoamento do ordenamento jurídico, estimulando, inclusive, sua revisão. O sexto prevê o desenvolvimento e aperfeiçoamento dos recursos tecnológicos na identificação e divulgação do conteúdo fraudulento.

Nos fundamentos do programa, ressalta-se o papel da Constituição Federal na proteção das liberdades de expressão, informação e imprensa, inclusive pelo reconhecimento prioritário dessas ante a colisão com outros interesses juridicamente tutelados. Esta proteção relaciona-se, inclusive, com a proteção à democracia. “De fato, o amplo fluxo de informações e a formação de um debate público robusto e irrestrito constituem pré-requisitos indispensáveis para a tomada de decisões pela coletividade e para o autogoverno democrático” (BRASIL, 2020i, p. 6).

Além da Constituição Federal e das leis eleitorais, os marcos normativos que orientam o programa incluem a Convenção Americana sobre Direitos Humanos, o Marco Civil da Internet, a Lei Geral de Proteção de Dados e a Lei sobre Direito de Resposta. O Tribunal reconhece que as redes de disseminação massiva atuam por meio da internet, representam restrições indevidas à liberdade de expressão capaz de distorcer o debate público e afetam o direito à informação. Por isso, considera importante garantir aos eleitores o acesso a informações corretas sobre o processo eleitoral para que estes “[...] possam exercer o direito de voto de forma consciente e informada” (BRASIL, 2020i, p. 6). Reconhece, ainda, a necessidade de cuidado ao lidar com os meios de enfrentamento que possam ocasionar limitações desproporcionais às liberdades de expressão, provocando um efeito silenciador do discurso, evitando que meios de comunicação e cidadãos se manifestem com medo da sanção.

Com amparo nesta concepção, o Programa tem três fundamentos. O primeiro busca combater a desinformação com informação de qualidade. É a chamada pluralidade informativa, com criação e disseminação de informação, com estímulo para as redes de confiança e distribuição de conteúdo de qualidade.

O segundo encontra-se no âmbito educacional, com uso de ferramentas de educação e meios de capacitação, para que o cidadão se torne capaz de compreender o fenômeno desinformacional, ampliando a capacidade crítica para reconhecer conteúdos e acessar fontes confiáveis. O foco em comportamentos utiliza-se de um modelo paradigmático: com uso de recursos tecnológicos e atividades repressivas contra o que se chama de comportamentos inautênticos, uso de ações coordenada de propagação no lugar de priorizar a remoção de conteúdo.



No eixo da alfabetização midiática, foram produzidos conteúdos que vão desde ações para o conhecimento e a compreensão do fenômeno, a indicação de ferramentas para verificação de informações. O eixo trabalha tanto na capacitação de profissionais do Judiciário como do público externo, por meio de campanhas informativas.

Uma das produções foi o *Guia para influenciadores digitais nas Eleições 2020* (INTERNETLAB, 2020), com a compilação de boas práticas e ferramentas para que produtores de conteúdo que têm muito engajamento pudessem participar do processo seguindo parâmetros éticos, seguros e democráticos. “A consciência do influenciador sobre seu papel e sua responsabilidade na construção de um debate democrático livre, transparente e plural pode fazer enorme diferença para os usuários e para os candidatos e candidatas” (INTERNETLAB, 2020, p. 8).

O guia explica o que é *marketing* de influência<sup>82</sup> e os princípios que devem ser levados em conta na hora de participar das campanhas, noções de liberdade de expressão, transparência e pluralismo, além de tirar dúvidas como o que define a boca de urna digital e como fazer *publipost* com teor eleitoral. Esclarece que a lei proíbe propaganda eleitoral paga na internet que não seja impulsionamento de conteúdo, mas alerta que a legislação ainda não aborda problemas éticos e de responsabilidade sobre a participação dos influenciadores no debate político.

No que concerne à contenção da desinformação, as iniciativas incluem engajar plataformas, criar monitoramento, criação de infraestrutura digital para difundir mensagens de orientação e esclarecimento de desinformação na internet.

No campo da identificação e checagem das informações, foi realizada uma cooperação com instituições de checagem de fatos<sup>83</sup>. Criou-se ainda uma página chamada “Fato ou boato”, no *site* da Justiça Eleitoral, como já citamos. Uma parceria com operadoras de telefonia possibilitou que os *sites* do TSE pudessem ser acessados sem cobrança de pacote de dados, o *zero rating*<sup>84</sup>.

---

<sup>82</sup> A cartilha explica o *marketing* de influência como a união de propaganda boca a boca com amplitude das redes sociais aproveitando-se da atmosfera de confiança e intimidade que os influenciadores oferecem.

<sup>83</sup> As agências participantes foram: AFP, Agência Lupa, Aos Fatos, Boatos.org, Comprova, E-Farsas, Estadão Verifica, Fato ou Fake e UOL Confere.

<sup>84</sup> Empresas associadas como Claro, Oi, TIM Brasil, VIVO, Algar Telecom permitiram que os usuários acessassem “[...] conteúdos e aplicações sem cobrança, de setembro até o fim de novembro, período que cobre toda a campanha eleitoral e até depois do segundo turno das eleições. A não cobrança de pacote de dados para quem acessar os conteúdos da Justiça Eleitoral vale para todos os subdomínios do site, que conta com dicas de cuidados sanitários para o dia da votação, outras dúvidas frequentes do eleitor, como documentos aceitos e ordem de votação, e checagem de notícias sobre o processo eleitoral. A intenção é que, ao acessar sem ser cobrado, o eleitor tenha mais estímulo para acessar esse conteúdo” (BRASIL, 2020h, s.p.).

Mesmo com tantos esforços, o TSE ainda enfrentou uma série de *fake news*. Assim como em 2018, no ano de 2020, a segurança das urnas eletrônicas (BRASIL, 2020f) voltou para a pauta desinformativa. Algumas *fake news* inclusive foram reenviadas e voltaram a circular na internet. Constatação foi da Coalizão para Checagem e do Comitê Estratégico. Segundo a notícia do TSE, uma das informações fraudulentas diz que o Tribunal teria feito uma consultoria para desenvolver uma urna com impressão de voto. Ainda em 2018, o TSE já tinha desmentido a informação junto à Marinha e à Aeronáutica.

Compilação feita pelo Tribunal Regional Eleitoral de Mato Grosso (2018) reuniu principais notícias falsas sobre urna eletrônica que circularam. Antes das eleições, as informações fraudulentas versavam sobre variados aspectos. Entre as manchetes, cálculos de um PHD indicando fraude nas eleições; confirmação do Exército de que as eleições tinham sido anuladas e deveriam acontecer em papel; que as urnas eletrônicas foram produzidas por empresa venezuelana; que os eleitores deveriam tirar fotos dos boletins de urna. Havia *fake news* envolvendo até a Organização dos Estados Americanos, afirmando que um diretor da OEA tinha admitido negociação para fraudar urna eletrônica.

No primeiro turno, as *fake news* seguiam atacando o processo eleitoral. Algumas afirmavam que a urna estava programada para autocompletar voto em Haddad e denunciavam boletim de urna na qual votos de Haddad superavam o total de eleitores; que, ao tentar votar em Bolsonaro, a urna apresentava voto nulo; que o eleitor poderia pedir voto de papel ao mesário; se votar só em presidente e branco nos outros, o voto seria anulado; anunciavam o desaparecimento da tecla **confirma** ao votar para presidente.

Durante o segundo turno, algumas *fake news* destacavam que as urnas eram programadas de acordo com o horário de verão, que milhares de votos foram anulados pela urna, que havia novo contrato do TSE para divulgação dos resultados das eleições. Neste caso, o Tribunal esclareceu ter faltado conhecimento técnico<sup>85</sup>. Outro vídeo que voltou a circular trazia dois policiais do Distrito Federal fazendo um relato sobre uma suposta irregularidade sobre urnas eletrônicas.

---

<sup>85</sup> “O TRE-DF informou que tanto o boletim de urna (resultado da urna eletrônica) quanto à zerésima (documento que demonstra que a urna não apresenta votos computados no início da votação) daquela seção eleitoral foram emitidos sem qualquer alteração. Portanto, o vídeo é resultado de um mal-entendido dos policiais e de um colaborador contratado pelo TRE-DF, responsável pela informação repassada aos militares. Por sua vez, o Ministério Público do Distrito Federal e Territórios (MPDFT) iniciou uma investigação que conclui se tratar, na verdade, de problemas relativos à atualização do sistema. E, por considerar que as ações dos policiais reforçaram as *fake news* relativas à fraude eleitoral, pediu a condenação pelo crime de perturbação dos trabalhos eleitorais. O TRE-DF condenou os dois policiais ao pagamento de um salário mínimo, cada um, em favor da Associação Brasileira de Assistência às Famílias de Crianças Portadoras de Câncer e Hemopatias (Abrace).” (BRASIL, 2020e, s.p.).

O relatório “Desinformação *on-line* e eleições no Brasil: circulação de links sobre desconfiança no sistema eleitoral brasileiro no Facebook e no YouTube” (RUEDIGER; GRASSI, 2020), realizado pela Fundação Getúlio Vargas, analisou 103.542 postagens com *links* em língua portuguesa, de janeiro de 2014 a outubro de 2020, para investigar como se dão as ocorrências de narrativas que disseminam a desinformação sobre o sistema eleitoral no Brasil.

O estudo evidencia que a frequência de mensagens cresceu exponencialmente em 2018, mesmo com a tendência elevada em 2020, que aparece em segundo lugar, apesar estudo ter encerrado após 9 meses de coleta e não ter sido concluído após o pleito. É categórico ao destacar que o epicentro do fluxo de conspirações foi o ano de 2018. “A pesquisa revelou que esta produção discursiva segue a tendência de picos de circulação de URLs em anos eleitorais, mas se mantém persistente em anos não eleitorais, graças a um potencial verificado de engajamento” (RUEDIGER; GRASSI, 2020, p. 1).

Algumas *fake news* foram destacadas pelo relatório, como a divulgada no dia 7 de outubro de 2018, na qual um vídeo informava que uma urna autocompletava o voto ao candidato do PT, Fernando Haddad, quando o número 1 era digitado. “No material divulgado, era possível ver a filmagem (proibida por lei) do preenchimento do voto na urna e ouvir uma narração com xingamentos” (RUEDIGER; GRASSI, 2020, p. 13).

Segundo os pesquisadores, o conteúdo foi desmentido por agências de checagem e autoridades eleitorais, mas, mesmo assim, foi compartilhada por políticos influentes e páginas populares. O relatório ainda ressalta uma desinformação mostrando que o número de votos de Fernando Haddad teria sido maior do que o número de eleitores em seção eleitoral no Japão.

Um dos casos mais emblemáticos foi o vídeo em que um eleitor denunciava que a urna tinha anulado o voto dado por ele a Bolsonaro. A supervisora da mesa de votação chegou a ser agredida quando tentou impedir o homem, que teve prisão decretada, de filmar a urna. Outros casos de prisão por filmagem dentro da cabine de votação foram registrados nas cidades de João Pessoa (PB) e Florianópolis (SC) e no Distrito Federal. (RUEDIGER; GRASSI, 2020, p. 7).

Os analistas avaliam esta situação como uma versão de pânico moral informacional retomando o conceito de Santey Cohen “[...] em referência às ansiedades públicas desencadeadas pela percepção de ameaça a valores e aos interesses da sociedade, ativadas pela cobertura dos *media* de massa” (RUEDIGER; GRASSI, 2020, p. 8).

Relativamente à interação e alcance digitais, o relatório aponta mais uma vez destaque a 2018 que somou 41% das interações do Facebook e 52% das visualizações totais

no YouTube. Já em 2017, os números revelaram que preparava ambiência para o cenário das eleições presidenciais.

Dentre as conclusões do estudo, mostra-se como a circulação de conteúdos questionando a legitimidade das instituições e a produção de informação por meios de fontes caça-cliques acabam por estimular comportamentos que unem intolerância e polarização na sociedade. Ante este cenário de uso do ambiente digital para desabonar o processo eleitoral, foi preciso buscar apoio das redes sociais.

Ainda no contexto de 2018, o InternetLab (CRUZ *et al.*, 2019) produziu uma publicação chamada “Internet e Eleições no Brasil: diagnósticos e recomendações”. O estudo detectou a mudança nas configurações das campanhas, com declínio da radiodifusão e relevância do uso da internet, que permitiu a ampliação do volume de atores no processo, diante da sua arquitetura.

O uso do Judiciário e dos termos de uso das plataformas vira estratégia de campanha e acaba sendo uma disputa de narrativa e não tendo um fim em si mesmo. A Justiça Eleitoral foi mobilizada por candidatos, estrategicamente, para se utilizar nas campanhas. “Na impossibilidade de ser soberana no controle das informações disponíveis, a Justiça é deslocada de função para ser o palco de performance contínuas de campanhas de disputas por ciclos favoráveis a serviço da comunicação política” (CRUZ *et al.*, 2019, p. 22).

Percebe-se que, efetivamente, as decisões judiciais pautam reportagens e dão visibilidade aos candidatos judicantes: sejam eles perdedores ou vencedores. A cada decisão, há repercussões e ganha-se espaço no debate público. Assim, o significado de debate público acaba por engendrar o motor dos critérios de noticiabilidade e ganha importância, não necessariamente, pelos efeitos do controle, mas pelo fato de gerar uma informação política que será coberta e retransmitida.

Os pesquisadores analisam que essa mobilização do Judiciário acaba se tornando mais uma feição de campanha política. É como se a Justiça Eleitoral tivesse efeito declaratório dentro da produção de notícias. Outro aspecto destacado é que, em termos de estratégia política, busca-se a remoção de conteúdo do opositor. A questão é o embate entre o tempo do conteúdo viral e do “periculum in mora judicial”, afinal “[...] a disputa de narrativas nas redes sociais não respeita o tempo processual, mas sim o tempo dos ciclos das notícias digitais e produção massiva de conteúdo” (CRUZ *et al.*, 2019, p. 22).

A Abraji faz um monitoramento de pedidos de retirada de conteúdo por via judicial. Em 2020, menos de um mês das eleições, 458 candidatos a prefeito, vice-prefeito e governador apresentaram pelo menos um processo de retirada de conteúdo. A pesquisa

coletou 732 litígios judiciais, inclusive contra jornalistas. Durante as eleições de 2018, foram detectados mais de 500 ações no intuito de ocultar informações na internet.

No campo presidencial, o então candidato Jair Bolsonaro foi o que mais tentou retirar notícias e *posts* nas eleições de 2018. As ações tentaram conter a divulgação de pesquisa do Datafolha, retirar reportagens sobre atuação de empresários ilegalmente em seu favor no WhatsApp. O projeto Ctrl+X monitora eleições desde 2000 e detectou que o candidato foi o segundo político brasileiro que mais tentou retirar informações da internet, perdendo apenas para o ex-senador Expedito Júnior, de Rondônia (ABRAJI, 2018).

Conforme a pesquisa, dos 503<sup>86</sup> processos, os juízes determinaram que o conteúdo fosse retirado do ar. O que mais determinou retirada do ar foi o TER do Maranhão e o mais cauteloso em relação à liberdade de expressão é o Tribunal Superior Eleitoral, que, conforme levantamento da pesquisa, só se posicionou a favor da retirada em 11 de 57 pedidos feitos pelos candidatos presidenciais. “É o tribunal que mais rejeitou retirar informações do ar, mas seus números são exceção na comparação com as demais cortes” (ABRAJI, 2019, s.p.).

O contexto expandiu uma crise no modelo regulatório eleitoral. Se, antes, a propaganda na televisão era evidente, com padrões muito desenhados, hoje ela encontra-se disseminada massivamente, muitas vezes, sem controle. O modelo anterior não dava mais resposta às novas formas de comunicação que, no período de 1990 a 2000, passou a operar em âmbito de remoção de conteúdo e responsabilização de autores.

A tentativa de submeter novos instrumentos de regulação de campanha digital à lógica da mídia de massa acabaram por agravar a crise, gerando um ciclo vicioso do controle de conteúdo, em que o judiciário passa a ser mais palco de performance das campanhas para o eleitorado e em que demandas por filtros e controles estritos de conteúdo colocam em risco a liberdade de expressão. (CRUZ *et al.*, 2019, p. 6).

Evidencia-se, ainda, a necessidade de implementação de novas técnicas de *marketing* político que ainda demandam regulação mais assertiva. A eleição de 2018 se destacou também pelo fato de ser a pioneira com propaganda eleitoral paga na internet com

---

<sup>86</sup> A pesquisa também revelou que uma em cada quatro tentativas judiciais de retirar páginas do ar incluem também pedido de censura prévia, pois pedem para que o autor do conteúdo seja proibido de publicar. É uma iniciativa completamente inconstitucional tendo em vista que a censura prévia é proibida pela Constituição Federal. Dentre os argumentos apresentados estão: difamação e violação à legislação eleitoral, que as informações prejudicam a honra e deveriam ser entendidas como propaganda eleitoral negativa vedada pela legislação. A maior parte dos pedidos relacionam-se a conteúdos postados em vídeos, fotos, charges e áudios. 70% dos processos citam o Facebook. “A atenção aos posts da rede social nas tentativas de esconder informações da internet é inédita, e bem superior ao que ocorreu nas eleições de 2016, onde apenas 40% dos processos incluíam o Facebook como parte. Em 2018 já temos 361 processos de candidaturas contra a empresa. A rede social está sendo acionada para retirar posts de jornalistas com denúncias, de veículos de comunicação e de eleitores que criticam abertamente determinados políticos” (ABRAJI, 2018, s.p.).

anuência para impulsionar conteúdos. Conforme já estudado, este impulsionamento ocorre a partir do uso de algoritmos e beneficia-se da arquitetura da internet e do *marketing* hiper personalizado. O relatório sobreleva que a questão gerou dúvidas e inquietações ante a regulamentação, com ressalva sobre a capacidade e mitigar inclusive o uso indevido dos dados pessoais e pouco transparentes.

Ainda sobre a arquitetura da internet, percebeu-se fraude ao acesso à informação a partir do uso de robôs e contas falsas para simular comportamentos espontâneos e autênticos, gerando uma falsa impressão para as pessoas desavisadas de que elas estão tendo acesso a questões pertinentes quando na verdade encontram-se em bolhas de discussão. “Identificamos que a tutela jurídica de tais práticas é possível, mas a fiscalização ainda é incipiente” (CRUZ *et al.*, 2019, p. 7). Diante destes diagnósticos, para 2020, outra iniciativa do TSE foi fazer convênio com redes sociais e aplicativos que, como estudamos, protagonizaram também a trama desinformativa.

#### **6.4 O convênio com Tiktok, Instagram, Google e Facebook**

Nas eleições de 2020, foram realizados ainda convênios com motores de busca e aplicativos de rede social. O TikTok se comprometeu a centralizar informações não somente educativas, mas também confiáveis, sobre o processo eleitoral para orientar os usuários da plataforma. Firmou ainda realizar treinamento com equipes do TSE e oferecer suporte para tirar dúvidas e receber denúncias. O memorando ainda inclui troca de informações e avaliação de iniciativas para minimizar riscos. Tudo realizado sem custos (BRASIL, 2020d).

No convênio com o Google, o TSE considera o risco da desinformação para a democracia, alerta sobre o cuidado para que o seu combate não resulte em proibições indevidas sobre as liberdades de expressão, informação e imprensa, imprescindíveis para o debate público e que a missão do serviço de busca é organizar as informações e torná-las acessíveis.

O memorando de entendimento previa uma parceria para definir medidas concretas durante o período eleitoral. Firmava o comprometimento do Google com combate à desinformação por meio de medidas que ampliassem o acesso à informação e até a criação de um canal de comunicação para cumprimento de ordens judiciais. O diretor de Relações Governamentais e de Políticas Públicas do Google Brasil destacou que a iniciativa é uma forma de combater o complexo problema:

Uma das melhores formas de fazer isso é criando maneiras para conectar, de forma simples e rápida, os eleitores brasileiros a conteúdos confiáveis e de qualidade e ajudá-los a tomarem decisões bem informadas. É justamente isso o que estamos promovendo por meio dessa parceria com o TSE. (LACERDA, 2020, s.p.).

Os projetos envolviam capacitação e formação de servidores, desenvolvimento de *webinars* publicados nas páginas do TSE e do Google Brasil. Incluíam, ainda, o oferecimento de recursos para que os usuários pudessem registrar dúvidas sobre o processo eleitoral e canais para denúncias de conteúdos que violassem políticas de produtos no campo de anúncios e direcionamento e de denúncias. Foi criado o painel “Como votar para perguntas sobre o processo e os cuidados sanitários”, além do direcionamento direto para informações oficiais do TSE antes de qualquer resultado.

No dia 30 de setembro, foi assinada parceria com Facebook, que se comprometeu a disponibilizar uma ferramenta chamada *Megafone* para auxiliar na divulgação de mensagens no *feed* de notícias dos usuários sobre eleições relativas a organização e medidas de segurança. Já o Instagram ofereceu figurinhas com a temática das eleições municipais, além de participar da campanha sobre mulheres na política.

## 6.5 A trincheira do WhatsApp

Conforme estudamos no capítulo anterior, o programa de mensagens privadas WhatsApp fez parte das ações das eleições de 2018. Tanto na ação do partido Rede, que pediu ao TSE que se manifestasse e tomasse providências para evitar o uso do programa para o compartilhamento de *fake news* eleitorais, quanto da ação do PSL, ao processar a *Folha de S.Paulo* depois da publicação da matéria em que se denunciava um possível esquema de uso de disparo em massa para beneficiar candidatos e prejudicar outros.

Nas eleições de 2020, a Justiça Eleitoral lançou um serviço chamado *Tira-Dúvidas Eleitoral no WhatsApp*, para compartilhar informações com eleitores por meio de um *chatbot*. Segundo o *site* do TSE, foi a primeira parceria mundial realizada com uma autoridade eleitoral. O eleitor precisava apenas acessar a câmera do aparelho celular a partir de um *QR Code* para receber assuntos que iam da local da votação às informações sobre mesários.

Foi feito um canal de comunicação específico para denunciar contas suspeitas de realização de disparos em massa, o que é proibido pela justiça eleitoral e pelos termos de serviço do aplicativo.

Além disso, a partir de 7 de dezembro de 2019, o WhatsApp tomará medidas legais contra quem auxiliar terceiros a violarem nossos Termos de serviços com práticas abusivas, como envio de mensagens em massa ou automatizadas, ou com a utilização comercial, mesmo que essas informações sejam disponibilizadas para nós fora da plataforma. As informações fora da plataforma, por exemplo, incluem declarações de empresas sobre a possibilidade de utilizar o WhatsApp de maneira que viola nossos Termos de Serviço.

O programa revelou compromisso em reforçar a natureza privada da plataforma e proteger os usuários de práticas maliciosas (WHATSAPP, [2020]). Assumi que foram identificadas e bloqueadas milhares de contas abusivas operando no programa e analisou ser necessária uma abordagem holística para solução do problema, que inclui medidas tecnológicas e abordagem jurídica. Anunciou que quem insistir em descumprir os termos será banido com base em classificadores baseados em aprendizado de máquina.

Em abril de 2020, o programa limitou o encaminhamento de mensagens para restringir o compartilhamento de conteúdo. Após o primeiro turno, anunciou ter banido mais de mil contas denunciadas como suspeitas por disparos em massa. Foram 4.759 denúncias recebidas. Destas, 4.630 foram verificadas (BRASIL, 2020k).

De 3.236 contas válidas identificadas, mais de mil foram banidas porque violaram os Termos de Serviço do aplicativo, isso que corresponde a mais de 31% das contas válidas enviadas pelo TSE. “Entre as contas banidas, mais de 63% já tinham sido bloqueadas de forma proativa e automática pelo sistema de integridade do WhatsApp, antes mesmo de serem reportadas” (BRASIL, 2020k, s.p.).

Ao final do segundo turno, foram realizadas 5180 denúncias pela plataforma. Do total de banidas, mais de 64% foram bloqueadas antes de serem reportadas. Um sistema próprio do WhatsApp banuiu mais de 360 mil contas no Brasil por envio massivo ou automatizado de mensagens de setembro a novembro de 2020. “O WhatsApp atua de maneira constante para prevenir esse tipo de prática dentro da sua plataforma, utilizando tecnologia de aprendizado de máquina, que identifica comportamento abusivo sem ter acesso ao conteúdo das conversas no aplicativo” (BRASIL, 2020j, s.p.).

## **6.6 A Resolução n. 23.610/2019**

Além das iniciativas no campo da comunicação, foi preciso buscar atuações no terreno normativo. Em 18 de dezembro de 2019, um ano e um mês depois das eleições presidenciais, o Tribunal Superior Eleitoral regulamentou a propaganda eleitoral e condutas ilícitas em campanha eleitoral. As disposições versam desde a propaganda intrapartidária



anterior à convenção eleitoral, a propaganda eleitoral antecipada, disposições sobre transmissão de prévias em rádio e televisão.

Dispõe ainda sobre o poder de polícia para inibir as práticas ilegais, mas a própria resolução é clara ao vedar censura prévia sobre teor de programas, matérias jornalísticas a serem exibidos na televisão, rádio, internet e na imprensa escrita (art. 6, § 2º). Note-se que se inclui a internet, mas dentro do manto do jornalismo, mas não se define o que se considera jornalismo. Isto pode ter um viés reducionista e capaz de dar margem à abertura de proibições.

Saliente-se que diversas são as formas de jornalismo praticadas no universo contemporâneo. O jornalismo cidadão abriu portas para que qualquer pessoa possa exercer a profissão, independentemente da formação. Inclusive foi esta a deliberação do julgamento da Ação de Preceito Fundamental 130, pelo Supremo Tribunal Federal, que desregulamentou a profissão de jornalista, dando a qualquer pessoa a possibilidade de expressar-se nos meios de comunicação.

A ação seguiu a Opinião Consultiva n. 5/1985 da Corte Interamericana de Direitos Humanos, com suporte numa consulta da Costa Rica. No julgado, a CIDH deliberou que recomendar que as pessoas sejam sindicalizadas para exercer o jornalismo é prejudicar a liberdade de expressão, tendo em vista, inclusive, que nem todos os cidadãos conseguem ter acesso a um curso universitário.

A cultura digital é também constituída a partir de *marketing* político e demanda uma posição ainda mais coerente, não apenas de quem produz, mas também de quem consome conteúdo. Caso contrário, os cidadãos podem ter ainda mais dificuldade de entender e analisar a complexa, dinâmica e contraditória realidade política. “A internet exponencial os riscos da apresentação- como estadistas – de políticos medíocres e venais, viabilizando aventuras populistas fundadas em achaques, difamações e teorias conspiratórias sob a forma de jornalismo” (FARIA, 2020, p. 128).

Sem educação digital e preparo dos protagonistas de produção e consumo, forma-se ainda mais espaço para opções simplificadas e enganadoras, reduzindo a vida política a um mercado em que os cidadãos moldam sua percepção a partir da produção de expressão do mundo social. Estas questões devem ser analisadas diante do determinismo digital. Alguns autores analisam que os cidadãos agem como expectadores, seguindo o fluxo deliberado pela mente dos marqueteiros e blogueiros que as redes informam na medida em que desorientam.

A grande questão é a medida. Não se pode usar este contexto para regar o que é publicado. Um dos aspectos é unir o reconhecimento da liberdade à educação informática dos

cidadãos, que devem estar cientes da necessidade de busca por novas referências e fontes diversificadas de informação. Afinal, são várias as maneiras de se analisar os fatos, especialmente diante da sobrecarga informacional.

Ao analisar os estudos de Raymond Williams sobre a televisão, Palácio (2019) destaca que o sociólogo superou abordagens positivistas em ciências sociais e as abordagens tecnocráticas do meio em si, mas como resultado de um processo que é resultado de relações sociais e históricas a partir da pergunta: “Com que propósito?” Williams realizou o giro epistemológico. Ciente de que as tecnologias trazem com elas novas sociedades e novas redefinições dentro da comunicação social, afirmou:

Toda tecnologia é buscada e desenvolvida para certos propósitos. O objetivo é sempre o de facilitar práticas humanas, sejam elas conhecidas ou desejadas. Há, em todo caso, uma intenção original. Mas ela não é exclusiva. **O desenvolvimento da tecnologia será afetado não apenas pelo grupo social que a concebeu originalmente, mas por usos e efeitos imprevistos, muitos deles oriundos da ação de outros grupos sociais, que possuem suas próprias intenções e prioridades.** (PALÁCIO, 2019, s.p., grifo nosso).

Conforme Palácio (2019), o determinismo tecnológico se torna indefensável inclusive pela substituição das relações sociais e políticas por uma tecnologia autônoma e sobre-humana. A determinação não pode ser entendida como prefiguração, por se tratar de um processo social e não somente um rol de causas controladoras e definidoras. São diversas as possibilidades constrangidas por pressões sociais, inclusive.

Ante as diversas crises causadas pela tecnologia, inclusive as *fake news*, demanda-se a fuga do determinismo e um pensamento novo. Deve-se pensar a tecnologia como uma perspectiva plural, alerta Yui (2021, p. 113): “[...] para avançarmos, talvez seja interessante ressituar esse discurso da nova era axial como o surgimento de um momento crítico para a reflexão sobre o futuro da tecnologia e da geopolítica [...]. Reflexão sobre outros futuros possíveis são agora um imperativo”.

O que se destaca na Resolução n. 23.610/2019 é que, pela primeira vez, há uma menção explícita à desinformação na propaganda eleitoral. O art. 9 delibera que a utilização de qualquer modalidade de conteúdo, inclusive veiculado por terceiros, na propaganda eleitoral pressupõe que não só o candidato, mas, também, o partido ou a coligação tenha verificado elementos que permitam concluir, com razoável segurança, pela fidedignidade da informação.

O que o tempo histórico irá demandar desta deliberação é o que pode ser considerado uma informação fidedigna. Quais os parâmetros possíveis para mensurar esta

informação? Como conseguir uma razoável segurança desta fidedignidade? São questões pertinentes, haja vista que muitas são as fontes de informações disponíveis, especialmente no mundo digital. No universo *on-line*, é possível encontrar plataformas com informações completamente divergentes, inclusive oficiais.

A resolução ainda sujeita os responsáveis às penalidades previstas no art. 58 da Lei n. 9.504/1997, sem prejuízo de eventual responsabilidade penal. No caso da propaganda eleitoral na internet, o inciso IV, a, determina que, a partir da aceitação do pedido pelo Judiciário, o usuário ofensor deverá divulgar resposta ao ofendido em até 48 horas após sua entrega em mídia física, e deverá empregar nesta divulgação mesmo impulsionamento de conteúdo eventualmente contratado nos termos referidos no art. 57 da mesma lei.

A leitura deste inciso leva a uma inquietação: parece incompatível que, ao se tratar de um crime que acontece em meio digital, seja exigida entrega em mídia física do conteúdo. Isto, realmente, é intrigante, considerando não apenas por uma questão temporal, afinal o tempo na internet corre muito rápido, como por uma questão de economia processual, pois seria muito mais coerente o uso da própria tecnologia para dar rapidez ao trâmite da ação.

O ambiente digital se movimenta por caminhos misteriosos, mas que são desvendados a cada dia. De 2018 a 2020, muito se desafiou, aprendeu e se enfrentou no campo da desordem informacional. Fazendo um olhar panorâmico para 2018, percebe-se que foram tomadas iniciativas no combate à desinformação e muito se avançou.

De lá até aqui, como vimos neste capítulo, uma série de iniciativas foram tomadas, mas não foram suficientes para coibir o impacto da desinformação no processo eleitoral brasileiro. Lemos (2020) considera que as iniciativas do TSE são promissoras, mas alerta para a noção de que lidar com conteúdo é “enxugar gelo” porque, uma vez removido, ele pode surgir em outro lugar. Acrescenta a dificuldade de se monitorar a circulação de ilícitos pelo WhatsApp e que as soluções devem ser multissetoriais. “Não adianta o setor público atuar sozinho. Para ter eficácia é necessário colaborar com o setor privado, com a comunidade técnica e científica, com o terceiro setor, com a academia e assim por diante” (LEMOS, 2020, s.p.).

As eleições de 2020 ainda estão muito próximas para concluirmos estudos acerca da relação dela com a desinformação. Em entrevista, o ministro Alexandre de Moraes acredita que o problema tenha sido reduzido especialmente depois de ações do Supremo Tribunal Federal a partir do inquérito sobre *fake news*, que prendeu uma série de pessoas responsáveis por disseminação de desinformação. Ele atribui especialmente ao punitivismo ao que chamou solução ao problema.

A partir dos estudos, percebe-se que há sim a necessidade de buscar uma maneira de lidar com o problema, o que é complexo. Pensar na responsabilização das pessoas que produzem e compartilham pode até ser interessante, mas a desinformação ganha contornos e modelos que não são óbvios e vão se travestindo de forma cada vez mais sofisticada num universo contemporâneo em que a própria realidade guarda tantos aspectos intrigantes que fica até difícil discernir entre realidade e ficção.

De todo modo, é possível perceber que as campanhas educativas foram ainda mais massivas, que houve mais compromisso das plataformas e aplicativos, que o Tribunal Superior Eleitoral ganhou mais músculo e experiência para lidar com o fenômeno. Sabemos que ainda há muito o que avançar e muito que ressignificar neste universo mutante e insondável.

## 7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A construção de uma tese mexe com energias científicas e humanas profundas. É um esforço abissal para enfrentar temas extremamente complexos em busca da produção do conhecimento, este insondável e insaciável fenômeno que atravessa diversas reflexões e propostas de abordagem.

Percebemos que se dedicar a estudar as *fake news* é dedicar-se a desvendar o humano. Porque elas traduzem os desejos mais profundos de encontrar lugar no mundo. Para ser aceito, para conquistar o que deseja, especialmente poder, o homem falseia a realidade, edita os fatos de acordo com os seus interesses. Foi sempre assim, nunca mudou, porque é da essência do desejo, o que o estrutura e o faz permanecer lutando.

Daí se fortaleceram também os negócios relacionados à desinformação. *Fake news* tem um custo relativamente barato, têm um sistema ágil, sofisticado, personalizado, seduz atendendo aos anseios, aos medos, aos ódios, aos sentimentos represados. Ao passo em que as normatizações são editadas, os modelos de negócios também são ressignificados e as táticas repensadas.

O primeiro capítulo enfrentou a pergunta: como o conceito de verdade foi modificado ao longo da história do pensamento, desde a perspectiva dogmática, passando pela filosofia da ciência e chegando a pós-verdade? Estudamos como, na história das ideias, construiu-se a concepção de verdade, ao entender desta tese, fundamental para elaborar melhor a concepção das *fake news*. A verdade ganhou armadura dogmática para ganhar poder. Afinal, é preciso manter a quietude das perguntas para aceitar o que é posto. Depois se travestiu de ciência, para ganhar ainda mais robustez. Virou obsessão do Direito e do Jornalismo, em nome da factualidade, da neutralidade e da objetividade.

Mas os tempos mudaram, outros grupos desejaram também dizer a verdade com o desejo de compor filosoficamente as mudanças de poder, inclusive político. Assim, era preciso questionar as verdades postas, até mesmo pela ciência. Buscaram-se novas bases pela qual a verdade se sustenta ao ponto de ela ser customizada ao sabor das individualidades. Bem dizer uma verdade *on demand*, ou *pret a porter*, pronta para usar de acordo com o interesse do indivíduo. Então surgiram as plataformas como mediadoras da experiência, customizando sentidos e digitalizando a vida.

O contemporâneo mudou as rotas, quebrou as lógicas, solicitou fluidez. O mundo líquido e complexo. A ciência pós-moderna veio provocar uma distopia epistemológica, afastando-se da redução paradigmática e dando privilégio a outros saberes. Assim, a

imutabilidade científica solicitou violações para progredir. Percebeu-se que a variedade das opiniões são fundamentais para o conhecimento objetivo. Assumir, inclusive a senscomunização penetrando no universo científico.

Soma-se ainda a epistemologia tribal, quando as pessoas de um grupo acreditam no que líderes deliberam como verdade e da Epistemologia do Eu, privilegiando o conhecimento científico e institucional pela verdade das próprias experiências. Até mesmo histórias objetivas foram substituídas por narrativas. Assim, enganações ganham status de fatos.

E aí foi preciso destituir até mesmo a ideia de verdade para dar lugar a polêmica pós-verdade, quando a ciência é silenciada e a ideologia ganha voz. Chega-se a um patamar em que as pessoas não reconhecem os fatos, mas filiam-se às ideias atinentes a eles. Você pode escolher suas opiniões, não os seus fatos, diziam os estudiosos, mas as pessoas seguem insistindo em viver editando a própria realidade, segundo lógicas emotivas e pessoais de partilha e produção de conteúdo. Então, quem diria, hoje a verdade é um termo que encerra mais ambiguidades do que certezas, segundo o que estudamos no primeiro capítulo.

Neste turbilhão de sentimentos e vontades de poder também se constituem vontades de verdade. Quem diz o que é verdade detém o poder. Então a autoridade da verdade, foi se reduzindo, assim como foi reduzindo a autoridade de instituições que lidam diretamente com ela, como, por exemplo, a ciência, o direito e o jornalismo.

O campo de estudo das *fake news* ampliou-se especialmente nos últimos anos quando se atribuiu a elas a força de se interferir em momentos decisivos na vida política dos cidadãos, conforme analisamos no segundo capítulo. Seja nas eleições para decidir sobre Brexit, seja nas norte-americanas ou nas brasileiras, elas causaram um incômodo, e, segundo alguns analistas, obtiveram sucesso.

Era preciso então entender os seus meandros, diferenciá-las de outros fenômenos e, inclusive, buscar saídas normativas para evitar sua disseminação. E eis que surge mais uma dificuldade. Primeiro, sobre o próprio termo. Alguns fazem a tradução como notícias falsas. O que seria um oxímoro. Afinal, se são consideradas notícias, estas não podem ser falsas porque, presumidamente, seguem normas deontológicas e técnicas para obter a veracidade dos fatos.

Deve-se então verificar os elementos quanto ao conteúdo, a motivação do criador e a forma como o conteúdo é disseminado. Por isso que deve ser traduzido como informação fraudulenta, uma vez que a fraude carrega em si o desejo de enganar para obter um ganho. Essa fraude pode se dar em forma de notícia ou até mesmo de *meme*. Sempre com o intuito de

enganar alguém para receber algum benefício. No caso em estudo, votos. O ambiente de disseminação é digital, dentro da lógica algorítmica da internet (LEMOS, 2020).

Seguimos o entendimento de Rais (2019, p. 44), o qual destaca que, diante do olhar do direito brasileiro, as *fake news* deveriam ser caracterizadas por ter em si: a mentira e a falsidade; o dolo de enganar, seja ele direto ou eventual e um dano efetivo ou dano em potencial: “Procuro adotar essa ideia de que *fake news* seria uma mentira qualificada pelo dono e pelo dano, que a gente usa muito no direito, seria fraude”.

Foi preciso ainda diferenciá-la das paródias, cujo humor pode levar alguém a ser enganado, mas não necessariamente carrega o desejo de receber algo em troca. Também dos boatos, que tantas vezes, são manipulados para enganar, mas nem sempre de forma negativa. Existem boatos de temor ou desejo, pautados pelo medo e pela esperança. Existe o jornalismo que erra, que induz ao erro, mas o bom jornalismo corrige e esclarece.

Parte dessa engrenagem funciona especialmente diante da internet, que com a arquitetura das redes, consegue um modelo algorítmico de separação de audiência. Os algoritmos são performativos e mudam a ideia de espaço manipulando-o de forma preditiva, veloz e precisa. Se a internet ganhou status de meio democratizante, em que todos compartilham as informações, não se levou em conta de que há espaço para todos, mas eles estão segmentados, produzindo consensos. Falam e escutam o próprio eco, em vozes totalmente ressonantes. São as câmaras de eco, com a partilha de informação corroborada por pares, que empobrecem o debate democrático dentro de bolhas. Estas se tornam impermeáveis e provocam efeitos na vida real.

Essa manipulação de dados por meio dos algoritmos promovem as cascatas informacionais em que as pessoas confiam pelo volume de informações que reforçam o mesmo conteúdo. Isso ocorre ao sabor da seletividade emocional quando se acredita naquilo que reforça hipóteses particulares e da avareza cognitiva, afinal o usuário da internet é impaciente e gosta de assimilar o que é mais fácil.

Desta forma, as tecnologias incorporaram novas formas de poder e autoridade aliadas aos vieses cognitivos, sociais e algorítmicos, que trouxeram ainda mais vulnerabilidade à informação criando narrativas e deslegitimizando críticas. O que se chamou até de infocalipse, quando as pessoas caracterizam o que é verdade a seguinte forma: se eu concordo, é verdade; se discordo, é mentira.

Isso sem contar com o fim dos intermediários em rede. Se antes os jornalistas faziam o papel dos *gatekeepers*, os guardiões do portal que faziam a edição e seleção dos fatos, hoje ocupa o lugar de *gatewatchers*, apenas observa o portal enquanto o usuário faz sua

própria curadoria com as mais variadas fontes, causando inclusive déficits de contexto ou o algoritmo o faz. No contemporâneo o *gatekeeper* deixa de ser privilégio humano, que agora divide com os algoritmos o lugar de edição das informações. Há ainda os aspectos sutis das heurísticas e dos vieses de confirmação que ajudam as pessoas a privilegiar narrativas a partir da empatia com seus desejos negligenciando informações que refutam crenças.

Nesta reorganização dos espaços de poder mediados pela autocomunicação, emerge a questão política, um campo em que a produção de conteúdo tem papel fundamental na construção de imagens e conquista do eleitor. Analistas consideraram um perigo para o jogo democrático. Destaque-se que, diante do *menu* variado, os indivíduos renovam, compartilham e podem ampliar sentidos de comunidade, mas não necessariamente vão sedimentar capital social no espaço coletivo. Por isso, é preciso distinguir informação, como dados, e comunicação, como espaço ato de compartilhamento e subjetividade. Até porque a tecnologia não vai garantir, por si, o nível de participação política dos usuários da internet.

O quarto capítulo lidou com os aspectos relacionados à comunicação que estão refletidos no campo da regulamentação eleitoral. Aprofundou-se na tessitura informacional e na relação da comunicação para ampliar os horizontes do capítulo de análise. Num universo em que não há mais fronteiras entre o virtual e o real, a rede de interconexões da internet acaba por produzir cultura, que pode ser mais participativa num ambiente no qual aquilo que não está propagado está morto e promover inteligência coletiva.

A comunicação política trabalha com a sedução de eleitores no campo virtual quando a retórica política mudou: se antes era marcado por ideais, forma-se pela criação de vedetes. Várias são as estratégias de visibilidade para promover convencimento público. As modificações nas formas de se comunicar, de fazer propaganda eleitoral e disseminar o conteúdo nos meios e na internet, demandaram a busca por regulamentação, que mudou com o tempo, mas que ainda demanda de novos olhares.

Partiu-se da propaganda realizada com hora, tempo e formato delimitados para o campo da internet com o microdirecionamento de publicidade e mobilização de influenciadores num ambiente polarizado. Neste movimento em que o candidato fala com o eleitor sem intermediários, foi preciso ficar atento às mudanças comunicacionais e fazer reformulações na regulamentação eleitoral, sem perder de vista o direito à liberdade de expressão e informação. Afinal, inclusive o eleitor quer participar do processo político expressando seus pensamentos e afetos partidários.

O universo transmídia e ubíquo mudou a forma como os políticos aparecem nas multtelas. Apesar da necessidade de criar ambientes que privilegiem o direito à informação e



à expressão, especialmente diante das eleições, momento democrático mais palpitante, o Tribunal Superior Eleitoral realizou uma série de atualizações na maneira de se deliberar sobre a comunicação política, sempre pautado no impedimento do abuso de poder econômico de modo a preservar a igualdade entre os candidatos. Mas ainda há muitas regulamentações pensadas para realidades que não se configuram mais, pensadas, por exemplo, exclusivamente para a radiodifusão.

As arenas discursivas da justiça eleitoral foram o objeto de aprofundamento do quarto capítulo, que mostrou o papel das dinâmicas argumentativas e decisões do TSE na arena informacional digital. Percebemos que, mesmo diante da peculiaridade do tempo, a justiça eleitoral ainda é muito lenta para lidar com a rapidez da disseminação do conteúdo. Diante da urgência das eleições, questões importantes que poderiam ter tido repercussão no pleito, perderam o objeto.

Alguns julgados deram a entender que a análise dos fatos disseminados na internet foi feita de forma muito artesanal pelos julgadores. A maneira como relatavam fazer a análise de conteúdo desinformativo parecia forma artesanal, sem o uso de aparatos tecnológicos sofisticados. Verificou-se também que argumentações pouco contemplavam a dimensão algorítmica e dos vieses cognitivos para a compreensão do fenômeno.

O estudo discursivo dos julgados sugere que a justiça reiterou seu papel de ser defensora da liberdade de expressão distanciando-se da postura paternalista por acreditar na autonomia do eleitor. Analisou-se a justiça eleitoral reforçou o entendimento que, no campo discursivo, deve-se deixar fluir o fluxo informativo coibindo-se apenas o estritamente necessário para não prejudicar que o pensamento plural, contraditório, indignado, majoritário ou minoritário se silencie.

Afinal, cidadão demanda não só independência, mas segurança para exercer o seu poder de crítica sem temer represália. Os julgados privilegiaram a liberdade, mas também praticaram a retirada de conteúdo diante de informações fraudulentas na tentativa de evitar danos às imagens dos candidatos de promover a paridade de oportunidades.

Admite-se que o estudo de acórdãos pode ter limitações, mas acreditou-se que seria a maneira possível de estudar a factualidade do discurso no período eleitoral, porém entende-se ter sido o possível dentro do desenho metodológico da pesquisa, que combinou procedimentos de análise de conteúdo com os gráficos produzidos pelo *software* Iramuteq.

A internet pode não ter realizado o sonho democrático, afinal ela dá espaço para as vozes e horizontaliza o espaço público, mas essas vozes seguem sendo em forma de ecos diante da arquitetura algorítmica. Estamos cientes das limitações das escolhas metodológicas,

mas buscou-se colaborar com o debate que permite diversos vieses e que está muito longe de ser resolvido. Ainda existem muitas zonas cinzentas que precisam ser iluminadas para evitar ainda mais disseminação da desconfiança, especialmente nesses tempos nos quais as instituições passam por permanente crise de autoridade, seja no campo executivo, legislativo, judiciário ou informativo.

O último capítulo tinha sido desenhado como propositivo, mas parte das proposições foi realizada pelo TSE. Por isto, ele analisou como pesquisadores e analistas entenderam o cenário de 2018 e quais as providências tomadas pelo TSE a partir da experiência de 2018 para 2020. Assim, optou-se por fazer uma análise não só retomando o cenário do contexto de 2018 a partir da leitura de estudiosos do campo da comunicação política, como também analisar as políticas instituídas para lidar com a desinformação pelo Tribunal.

Percebeu-se que houve avanços, mas que este contexto não tem respostas prontas e acabadas; fáceis ou imediatas. Os efeitos são sentidos a cada eleição e a necessidade de se visitar e ressignificar as próprias políticas é permanente. Percebe-se que a Justiça Eleitoral é dinâmica está aberta ao diálogo. O que é extremamente importante para a arena democrática que ganha contornos cada vez mais diversos e plataformas mutantes.

Em 2020 fizemos uma entrevista com Lipovetsky (CAMURÇA, 2019), que considera a educação como o único meio de interromper as *fake news*. Na época, ele analisava haver soluções para todos os problemas por causa da inteligência humana, a única capaz de salvar a humanidade. “É a estupidez dos homens, dos políticos, mas também de certos responsáveis, que devem ser combatidos, mas a humanidade tem muitas possibilidades” (LIPOVETSKY, 2019, s.p.). E essas possibilidades estão atreladas à educação.

O punitivismo pode aparentar uma solução rápida e a curto prazo, mas não resolver o problema até porque a oferta e a demanda vão continuar existindo. Somente a educação é capaz de realizar transformações a longo prazo. As questões relacionadas às *fake news* procuram estratégias em diversos campos. Diante da sua complexidade, é impossível bani-las. Não é apenas no campo penal. Aliás, pelo contrário, organizações internacionais e estudiosos já alertaram que esta não deve ser a saída, como estudamos. O punitivismo pode trazer algo ainda mais grave, que é o efeito silenciador: por medo de punição, as pessoas evitam se expressar. Assim, todos saem perdendo.

Ademais, o punitivismo pode até inibir grupos que estejam produzindo conteúdos fraudulentos no Brasil, mas é possível contratar pessoas ou até mesmo robôs para disseminação em outros lugares do planeta. Afinal, é um problema global. Assim, as tensões,

ambiguidades e contradições vão ser permanentemente ressignificadas. Até porque o fenômeno inclui forças sociais, políticas e econômicas.

Até a qualificação, a tese sugeria um comitê de inteligência para se trabalhar durante as eleições. Este seria seja constituído por técnicos com formação de perícia nas áreas de Informática, Comunicação e Inteligência Artificial. Porém, diante das análises dos professores, avaliou-se que a proposta poderia ser arriscada, que a definição de quais informações poderiam circular seria problemático diante das questões ideológicas de fundo e que poderia haver perigo de se eliminar parâmetros de verdade para além dos casos concretos.

E eis que aconteceu mais uma beleza do processo de pesquisa: o processo de reedição do pensamento. Até porque o mistério epistemológico se constitui sempre a partir da dúvida, que desperta tantas outras. Diante da pertinência argumentativa da banca, optei por declinar da proposição. Porém, foi interessante perceber como o próprio Tribunal buscou dialogar ainda mais com os campos da informática, da comunicação e da educação para encontrar modos de lidar com o fenômeno após as eleições de 2018.

Percebeu-se que além do campo democrático, as *fake news* tangenciam diversos campos. A tese dedicou-se ao universo eleitoral, mas, desde 2019, a desinformação assola o campo da saúde, com o que a Organização Mundial de Saúde chamou de infodemia. Uma série de pessoas foram vítimas do acesso a informações que causaram problemas graves para sua saúde.

A hipótese de que o judiciário brasileiro deve valer-se de perspectivas sistêmicas e complexas para lidar com os fenômenos das fraudes digitais foi confirmada. Percebeu-se que muitas são as formas de se estudar o fenômeno e lidar com ele. Por isto, é preciso pensar numa solução complexa para um problema igualmente complexo. A união de forças, incluindo as plataformas, com sua autorregulação privilegiando a transparência e o respeito à proteção de dados; o judiciário, com a análise cirúrgica, porém efetiva; o jornalismo, com o fortalecimento da checagem de fatos e busca pela veracidade, com o necessário letramento midiático. O letramento digital é a solução possível a longo prazo. O eleitor precisa de habilidades para o acesso, a análise e a criação de um ambiente informacional que fortaleça a democracia.

A partir de um usuário de internet ciente dos bastidores da rede e da manipulação dos discursos pode-se qualificar a questão e evitar que o problema ganhe ainda mais proporções. Acreditando na potência da educação, esta pesquisadora, que também é docente, realizou um grupo de extensão com alunos de graduação do Centro Universitário 7 de Setembro, Uni7, para realizar também educação midiática. O grupo chama Constituição

Ativa. Inicialmente, levamos noções de direitos fundamentais. Depois incluímos os direitos digitais. Os nativos digitais recebem muitas informações. Agora o desafio é que eles saibam o que fazer com elas para que, mesmo que as *fake news* continuem permanentemente, eles não sejam tão facilmente enganados. Então tudo parece provisório, mas é preciso acalantar as utopias.

Como orientadora de trabalhos acadêmicos, estimei alunos a pesquisarem sobre projetos de lei que foram discutidos no Congresso Nacional, decisões do Supremo Tribunal Federal e os efeitos da desinformação em tempos de pandemia. A tese também deixa muitos aspectos para pesquisas futuras. Pesquisas empíricas de monitoramento dos tribunais permanecerão relevantes até mesmo para se seguir mensurando o lugar do judiciário nesta trama desinformativa. Os dados da tese podem ainda ser utilizados para análise de polarizações e vieses ideológicos.

Muitas das questões aqui apresentadas não são novas, mas o fato de ainda serem discutidas mostram a necessidade constante de reedição das análises e de novas propostas. À medida que oferecem novas soluções, as tecnologias também geram novos problemas que se renovam numa velocidade potencial e vão se sofisticando não apenas em gravidade, mas também em escopo.

Conforme estudamos, os danos criados na narrativa virtual ganham proporções visíveis no universo real. Várias são as lentes para ler o problema. Nesse sentido, esta tese é mais um ponto de partida para sugerir mais pesquisas nesse campo de desordem informacional. Muitas análises aqui discutidas podem se tornar obsoletas numa rapidez enorme até porque há novos problemas que ainda vão ser criados pela própria inteligência artificial. Por isso, há a necessidade de construção de soluções multissetoriais para fenômenos amplamente complexos e renováveis.

Portanto, é importante lançar múltiplos olhares para estes problemas contemporâneos com arranjos nacionais e internacionais. Demanda-se uma resposta categórica dos mais variados setores para seguir administrando o fenômeno que segue sendo dinâmico e complexo envolvido por tensões permanentemente reeditadas. Também é relevante seguir estimulando a união de diferentes áreas para seguir buscando sugestões para lidar com um problema que se modifica a cada instante. Mesmo diante dos desafios do deciframento e das soluções, há sempre esperança no horizonte mesmo diante das relações assimétricas de poder.

## REFERÊNCIAS

AGGIO, Camilo. Campanhas *online*: o percurso de formação das questões, problemas e configurações a partir da literatura produzida entre 1992 e 2009. **Opinião Pública**, Campinas, v. 16, n. 2, p. 426-445, nov. 2010. DOI: <https://doi.org/10.1590/S0104-62762010000200006>. Disponível em: <https://www.scielo.br/pdf/op/v16n2/a06v16n2.pdf>. Acesso em: 20 fev. 2021.

ALEXY, Robert. **Teoria da argumentação jurídica**: a teoria do discurso racional como teoria da fundamentação jurídica. Tradução de Zilda Hutchinson Schild Silva. 5. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2019.

AMORIM, Eduardo; VIEIRA, Ramênia. Muito barulho para silenciar. In: MARTINS, Helena (org.). **Desinformação**: crise política e saídas democráticas para as *fake news*. São Paulo: Veneta, 2020. cap. 2. *E-book*.

ANTONIO ZARZALEJOS, José. Comunicação, jornalismo e ‘fact-checking’. **Revista Uno**, Rio de Janeiro, n. 27, p. 11-13, 2017. Disponível em: [https://www.revista-uno.com.br/wpcontent/uploads/2017/03/UNO\\_27\\_BR\\_baja.pdf](https://www.revista-uno.com.br/wpcontent/uploads/2017/03/UNO_27_BR_baja.pdf). Acesso em: 17 fev. 2021.

ARENDT, Hannah. **Entre o passado e o futuro**. Tradução de Mauro W. Barbosa. 7. ed. São Paulo: Perspectiva, 2013.

ASH, Timothy Garton. **Free speech**: ten principles for a connected World. London: Atlantic Books, 2017.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE JORNALISMO INVESTIGATIVO. Abraji registra 156 casos de agressões a jornalistas em contexto político-eleitoral em 2018. **Notícias da Abraji**, São Paulo, 18 jan. 2019. Disponível em: <https://www.abraji.org.br/noticias/abraji-registra-156-casos-de-agressoes-a-jornalistas-em-contexto-politico-eleitoral-em-2018>. Acesso em: 26 jan. 2021.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE JORNALISMO INVESTIGATIVO. Políticos tentaram ocultar informação mais de 500 vezes durante a campanha. **Notícias da Ctrl+X - Abraji**, São Paulo, 21 nov. 2018. Disponível em: <https://www.ctrlx.org.br/noticia/politicos-tentaram-ocultar-informacao-mais-de-500-vezes-durante-a-campanha>. Acesso em: 9 jan. 2021.

AVELAR, Daniel. Jovem não sabe distinguir notícia falsa, mostra estudo nos EUA. **Folha de S.Paulo**, São Paulo, 24 nov. 2016. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/mundo/2016/11/1835017-jovem-nao-sabe-distinguir-noticia-falsa-mostra-estudo-nos-eua.shtm>. Acesso em: 4 fev. 2021.

BACHELARD, Gaston. **A formação do espírito científico**: contribuição para uma psicanálise do conhecimento. Tradução de Estela dos Santos Abreu. Rio de Janeiro: Contraponto, 1996.

BAKHTIN, Mikhail. **Marxismo e filosofia da linguagem**: problemas fundamentais do método sociológico da linguagem. Tradução de Michel Lahud e Yara Frateschi Vieira. 13. ed. São Paulo: Hucitec, 2009.

BAKHTIN, Mikhail. **Para uma filosofia do ato**. Austin, TX: University of Texas, 1993.

BARBIÉRI, Luiz Felipe. No TSE, especialistas apontam dificuldade para combater conteúdo falso no WhatsApp. **G1**, Brasília, 17 maio 2019. Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/noticia/2019/05/17/no-tse-especialistas-apontam-dificuldade-para-combater-conteudo-falso-no-whatapp.ghtml>. Acesso em: 23 fev. 2021.

BARBOSA, Bia; MARTINS, Helena; VALENTE, Jonas. **Pesquisa fake news**: como as plataformas enfrentam a desinformação. São Paulo: Intervezes, 2020. Disponível em: <https://app.rios.org.br/index.php/s/JDWtwTS2nBmpQso/download/>. Acesso em: 10 jan. 2021.

BARBOSA, Mariana. “Guerra de likes”: precisamos dominar as ferramentas e fazer a verdade viralizar. Entrevista com Peter Warren Singer. In: BARBOSA, Mariana (org.). **Pós-verdade e fake news**: reflexões sobre a guerra de narrativas. Rio de Janeiro: Cobogó, 2019. *E-book*.

BARBOZA, Estefânia Maria de Queiroz; KOZICKI, Katya. Judicialização da política e controle judicial de políticas públicas. **Revista Direito GV**, São Paulo, v. 8, n. 1, p. 59-85, jan./jun. 2012. DOI: <http://dx.doi.org/10.1590/S1808-24322012000100003>. Disponível em: <https://www.scielo.br/pdf/rdgv/v8n1/v8n1a03.pdf>. Acesso em: 11 jan. 2021.

BARCELOS, Guilherme. O Direito Eleitoral em tempos de *fake news*: o que é isto, um fato sabidamente inverídico? **Revista Conceito Jurídico**, Brasília, ano 3, n. 28, p. 72-86, abr. 2019. Disponível em: <https://abradep.org/wp-content/uploads/2020/10/revista-conceito-juridico.pdf>. Acesso em: 20 fev. 2021.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Tradução de Luís Antero Reto e Augusto Pinheiro. Lisboa: Edições 70, 1977.

BARROSO, Luís Roberto. Liberdade de expressão *versus* direitos da personalidade. Colisão de direitos fundamentais e critérios de ponderação. In: SARLET, Ingo Wolfgang (org.). **Direitos fundamentais, informática e comunicação**. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2007. p. 63-100.

BARROSO, Luna van Brussel. **A legitimidade do processo eleitoral**: o combate às *fake news* e a garantia da liberdade de expressão. 2018. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Direito) – Escola de Direito do Rio de Janeiro da Fundação Getúlio Vargas, Rio de Janeiro, 2018. Disponível em: <http://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/handle/10438/28214>. Acesso em: 26 jan. 2021.

BAUDRILLARD, Jean. **Simulacros e simulações**. Tradução de Maria João da Costa Pereira. Lisboa: Relógio D’Água, 1981.

BAUMAN, Zigmunt. Entrevista com Zigmunt Bauman. [Entrevista cedida a] Maria Lúcia Garcia Pallares-Burke. **Tempo Social**, São Paulo, v. 16, n. 1, p. 301-325, 2004. DOI: <https://doi.org/10.1590/S0103-20702004000100015>. Disponível em: <https://www.scielo.br/pdf/ts/v16n1/v16n1a15.pdf>. Acesso em: 25 fev. 2021.

BAUMAN, Zygmunt. **Tempos líquidos**. Tradução de Carlos Alberto Medeiros. São Paulo: Zahar, 2007.

BAUMAN, Zygmunt; DONSKIS, Leonidas. **Cegueira moral: a perda da sensibilidade na modernidade líquida**. Tradução de Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar, 2014.

BELCHIOR, Germana Parente Neiva. **Fundamentos epistemológicos do direito ambiental**. 2. ed. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2019.

BIROLI, Flávia; MIGUEL, Luis Felipe. Meios de comunicação, voto e conflito político no Brasil. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, São Paulo, v. 28, n. 81, p. 77-95, fev. 2013. DOI: <http://dx.doi.org/10.1590/S0102-69092013000100006>. Disponível em: <https://www.scielo.br/pdf/rbcsoc/v28n81/06.pdf>. Acesso em: 6 fev. 2021.

BOURDIEU, Pierre. **Pierre Bourdieu avec Löic Wacquant: réponses**. Pour une anthropologie réflexive. Paris: Seuil, 1992.

BOURDIEU, Pierre. **Sobre a televisão**. Tradução de Maria Lúcia Machado. Rio de Janeiro: Zahar, 1997.

BRAGA, Sérgio; WISSE, Fernando; BOZZA, Gabriel. Os partidos políticos brasileiros e as *fake news* na campanha eleitoral de 2018. **Cadernos Adenauer**, Rio de Janeiro, ano XIX, n. 4, p. 109-127, 2018. Disponível em: <http://eduardomagrani.com/wp-content/uploads/2019/05/PUBLICACAO-2019-KA-Cadernos-2018.4-site.pdf>. Acesso em: 26 jan. 2021.

BRAMATTI, Daniel. Íntegra do “Painel 4 – Ferramentas de enfrentamento às *fake news*”. In: SEMINÁRIO INTERNACIONAL *FAKE NEWS* E ELEIÇÕES, 2019, Brasília. **Anais** [...]. Brasília: Tribunal Superior Eleitoral, 2019. p. 99-101. Disponível em: <https://www.justicaeleitoral.jus.br/desinformacao/arquivos/livro-fake%20news-miolo-web.pdf#page=99>. Acesso em: 12 jan. 2021.

BRANCO, Sérgio. *Fake news* e os caminhos para fora da bolha. **Interesse Nacional**, São Paulo, ano 10, n. 38, p. 51-61, ago./out. 2017. Disponível em: <https://itsrio.org/wp-content/uploads/2017/08/sergio-fakenews.pdf>. Acesso em: 29 mar. 2021.

BRANQUINHO, Raquel. Íntegra do “Painel 3 – Liberdade de expressão x Crime contra a honra”. In: SEMINÁRIO INTERNACIONAL *FAKE NEWS* E ELEIÇÕES, 2019, Brasília. **Anais** [...]. Brasília, DF: Tribunal Superior Eleitoral, 2019. p. 84-86. Disponível em: <https://www.justicaeleitoral.jus.br/desinformacao/arquivos/livro-fake%20news-miolo-web.pdf#page=84>. Acesso em: 12 jan. 2021.

BRASIL. [Constituição (1988)]. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Brasília: Presidência da República, [2020]. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constituicao.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm). Acesso em: 26 jan. 2021.

BRASIL. **Lei nº 4.415, de 24 de setembro de 1964**. Altera a Lei nº 3.917, de 14 de julho de 1961, que reorganiza o Ministério das Relações Exteriores. Brasília, DF: Presidência da República, 1964. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/1950-1969/14415htm.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/1950-1969/14415htm.htm). Acesso em: 10 abr. 2021.

BRASIL. **Lei nº 4.737, de 15 de julho de 1965**. Institui o Código Eleitoral. Brasília: Presidência da República, [2019]. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/14737compilado.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/14737compilado.htm). Acesso em: 26 jan. 2021.

BRASIL. **Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997.** Estabelece normas para as eleições. Brasília: Presidência da República, [2019]. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/19504.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/19504.htm). Acesso em: 26 jan. 2021.

BRASIL. **Lei nº 11.300, de 10 de maio de 2006.** Dispõe sobre propaganda, financiamento e prestação de contas das despesas com campanhas eleitorais, alterando a Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997. Brasília: Presidência da República, 2006. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2004-2006/2006/lei/111300.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2006/lei/111300.htm). Acesso em: 26 jan. 2021.

BRASIL. **Lei nº 12.034, de 29 de setembro de 2009.** Altera as Leis nºs 9.096, de 19 de setembro de 1995 – Lei dos Partidos Políticos, 9.504, de 30 de setembro de 1997, que estabelece normas para as eleições, e 4.737, de 15 de julho de 1965 – Código Eleitoral. Brasília: Presidência da República, 2009. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2007-2010/2009/lei/112034.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2009/lei/112034.htm). Acesso em: 26 jan. 2021.

BRASIL. **Lei nº 12.037, de 1º de outubro de 2009.** Dispõe sobre a identificação criminal do civilmente identificado, regulamentando o art. 5º, inciso LVIII, da Constituição Federal. Brasília: Presidência da República, [2019]. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2007-2010/2009/lei/112037.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2009/lei/112037.htm). Acesso em: 26 jan. 2021.

BRASIL. **Lei nº 12.891, de 11 de dezembro de 2013.** Altera as Leis nºs 4.737, de 15 de julho de 1965, 9.096, de 19 de setembro de 1995, e 9.504, de 30 de setembro de 1997, para diminuir o custo das campanhas eleitorais, e revoga dispositivos das Leis nºs 4.737, de 15 de julho de 1965, e 9.504, de 30 de setembro de 1997. Brasília: Presidência da República, 2013. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2011-2014/2013/lei/112891.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2013/lei/112891.htm). Acesso em: 26 jan. 2021.

BRASIL. **Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014.** Estabelece princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da Internet no Brasil. Brasília: Presidência da República, 2014. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2011-2014/2014/lei/112965.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/112965.htm). Acesso em: 26 jan. 2021.

BRASIL. **Lei nº 13.165, de 29 de setembro de 2015.** Altera as Leis nº 9.504, de 30 de setembro de 1997, 9.096, de 19 de setembro de 1995, e 4.737, de 15 de julho de 1965 – Código Eleitoral, para reduzir os custos das campanhas eleitorais, simplificar a administração dos Partidos Políticos e incentivar a participação feminina. Brasília: Presidência da República, [2017]. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2015-2018/2015/lei/113165.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2015/lei/113165.htm). Acesso em: 26 jan. 2021.

BRASIL. **Lei nº 13.488, de 6 de outubro de 2017.** Altera as Leis nº 9.504, de 30 de setembro de 1997 (Lei das Eleições), 9.096, de 19 de setembro de 1995, e 4.737, de 15 de julho de 1965 (Código Eleitoral), e revoga dispositivos da Lei nº 13.165, de 29 de setembro de 2015 (Minirreforma Eleitoral de 2015), com o fim de promover reforma no ordenamento político-eleitoral. Brasília: Presidência da República, [2019]. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2015-2018/2017/lei/L13488.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2017/lei/L13488.htm). Acesso em: 26 jan. 2021.

BRASIL. **Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018.** Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD). Brasília: Presidência da República, [2020]. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2015-2018/2018/lei/L13709.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/L13709.htm). Acesso em: 26 jan. 2021.



BRASIL. **Lei Complementar nº 64, de 18 de maio de 1990**. Estabelece, de acordo com o art. 14, § 9º da Constituição Federal, casos de inelegibilidade, prazos de cessação, e determina outras providências. Brasília: Presidência da República, [2010]. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/lcp/lcp64.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/lcp/lcp64.htm). Acesso em: 26 jan. 2021.

BRASIL. **Projeto de Lei nº 2.630, de 2020**. Institui a Lei Brasileira de Liberdade, Responsabilidade e Transparência na Internet. Brasília: Câmara dos Deputados, 2020a. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=2256735>. Acesso em: 26 jan. 2021.

BRASIL. STF conclui que direito ao esquecimento é incompatível com a Constituição Federal. **STF**, Brasília, DF, 11 fev. 2021. Disponível em: <https://portal.stf.jus.br/noticias/verNoticiaDetalhe.asp?idConteudo=460414&ori=1>. Acesso em: 20 fev. 2021.

BRASIL. Supremo Tribunal Federal. **Mandado de Segurança 36.422/DF**. Mandado de segurança impetração contra ato de ministro relator do Supremo Tribunal Federal. Descabimento. Não conhecimento. [...]. Relator: Min. Edson Fachin, 26 de junho de 2020b. Disponível em: <https://redir.stf.jus.br/paginadorpub/paginador.jsp?docTP=TP&docID=753201745>. Acesso em: 23 fev. 2021.

BRASIL. Supremo Tribunal Federal. **Ação Direta de Inconstitucionalidade 4.451/DF**. Liberdade de expressão e pluralismo de ideias. Valores estruturantes do sistema democrático. Inconstitucionalidade de dispositivos normativos que estabelecem previa ingerência estatal no direito de criticar durante o processo eleitoral. [...]. Relator: Min. Alexandre de Moraes, 21 de junho de 2018a. Disponível em: <https://redir.stf.jus.br/paginadorpub/paginador.jsp?docTP=TP&docID=749287337>. Acesso em: 23 fev. 2021.

BRASIL. Supremo Tribunal Federal. **Medida Cautela em Mandado de Segurança 35.833/DF**. Decisão Mandado de Segurança. Constitucional. Câmara dos Deputados. Requerimento de criação de comissão parlamentar de inquérito. Aposição de assinatura. Alegada alteração no objeto da CPI. Pedido de retirada, individual e coletivamente. Indeferimento. [...]. Relator: Min. Gilmar Mendes, 16 de julho de 2018b. Disponível em: <http://portal.stf.jus.br/processos/downloadPeca.asp?id=314864763&ext=.pdf>. Acesso em: 23 fev. 2021.

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. **Ação de Investigação Judicial Eleitoral 0601771-28.2018.6.00.0000/DF**. Representante: Coligação Brasil Soberano (PDT/AVANTE). Representado: Jair Messias Bolsonaro, Antonio Hamilton Martins Mourão, Luciano Hang e Coligação Brasil Acima de Tudo, Deus Acima de Todos (PSL/PRTB). Relator: Min. Og Fernandes, 12 de junho de 2020c. Disponível em: <https://www.conjur.com.br/dl/corregedor-tse-compartilhamento.pdf>. Acesso em: 18 fev. 2021.

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. **Ação de Investigação Judicial Eleitoral 0601771-28.2018.6.00.0000/DF**. Representante: Coligação O Povo Feliz de Novo (PT/PCdoB/PROS). Representado: Jair Messias Bolsonaro, Antonio Hamilton Martins Mourão, Luciano Hang, Quick Mobile Desenvolvimento e Servicos Ltda., Yacows Desenvolvimento de Software Ltda. - ME, CROC Services Soluções de Informática Ltda. - ME, SMSMarket Soluções Inteligentes Ltda. - ME (SMSMarket Mobile Solutions) e WhatsApp INC (Facebook Serviços Online do Brasil Ltda.). Relator: Min. Jorge Mussi, 19 de outubro de 2018c. Disponível em:

<https://www.tse.jus.br/jurisprudencia/@@monocraticas-search?url=&q=0601771-28>.  
2018.6.00.0000. Acesso em: 18 fev. 2021.

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. **Ação de Investigação Judicial Eleitoral 0601779-05.2018.6.00.0000/DF**. Recorrente: Wladimir Barros Assed Matheus de Oliveira. Recorrida: Facebook Serviços Online do Brasil Ltda. Relator: Min. Jorge Mussi, 22 de outubro de 2018d. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/jurisprudencia/@@monocraticas-search?url=&q=0601779-05.2018.6.00.0000>. Acesso em: 18 fev. 2021.

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. Facebook e YouTube têm 48h para retirar do ar vídeos com inverdades sobre livro de educação sexual. **Notícias do TSE**, Brasília, 16 out. 2018e. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/imprensa/noticias-tse/2018/Outubro/facebook-e-youtube-tem-48-horas-para-retirar-do-ar-videos-com-inverdades-sobre-livro-de-educacao-sexual>. Acesso em: 22 jan. 2021.

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. **Instrução nº 0600920-86.2018.6.00.0000/DF**. Relatora: Min. Rosa Weber. Brasília: TSE, 2018f. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/internet/eleicoes-2018/campanhas/relatorios/1-resolucao-TSE-Plano-de-midia.pdf>. Acesso em: 18 fev. 2021.

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. Propaganda eleitoral no rádio e na televisão começa nesta sexta-feira (31). **Notícias do TSE**, Brasília, 30 ago. 2018g. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/imprensa/noticias-tse/2018/Agosto/propaganda-eleitoral-no-radio-e-na-televisao-comeca-nesta-sexta-feira-31>. Acesso em: 22 jan. 2021.

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. **Reclamação nº 0601167-67.2018.6.00.0000/RJ**. Reclamante: Wanderley Alves de Oliveira. Reclamados: Facebook Serviços Online do Brasil Ltda. e Tribunal Regional Eleitoral do Rio de Janeiro. Relator: Min. Luiz Edson Fachin, 15 de setembro de 2018h. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/jurisprudencia/@@monocraticas-search?url=&q=0601167-67.2018.6.00.0000>. Acesso em: 18 fev. 2021.

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. **Recurso em Representação nº 0601765-21.2018.6.00.0000/DF**. Eleições 2018. Recurso inominado. Representação. *Fake news*. Facebook. Twitter. Youtube. Remoção de conteúdo. Liminar. Perda da eficácia. Desprovemento. [...]. Relator: Min. Admar Gonzaga, 2 de abril de 2019a. Disponível em: <https://www.jusbrasil.com.br/processos/221727880/processo-n-0601765-21201860000000-do-tse>. Acesso em: 18 fev. 2021.

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. **Recurso Especial Eleitoral nº 31-02.2017.621.0173/RS**. Recorrente: Coligação Gravataí Não Pode Parar. Recorrente: Ministério Público Eleitoral. Recorrido: Cláudio Roberto Pereira Ávila, Rosane Massulo da Silva Bordignon, Daniel Luiz Bordignon e Alexsander Almeida de Medeiros. Relator: Min. Admar Gonzaga Neto, 19 de dezembro de 2018i. Disponível em: <https://tse.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/671894094/recurso-especial-eleitoral-respe-310220176210173-gravatai-rs-46882018/inteiro-teor-671894128>. Acesso em: 26 fev. 2021.

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. **Recurso Especial Eleitoral nº 0607820-57.2018.6.19.0000/RJ**. Recorrente: Wladimir Barros Assed Matheus de Oliveira. Recorrida: Facebook Serviços Online do Brasil Ltda. Relator: Min. Sérgio Banhos, 9 de agosto de 2019b. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/jurisprudencia/@@monocraticas-search?url=&q=0607820-57.2018.6.19.0000>. Acesso em: 18 fev. 2021.

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. **Representação nº 0600546-70.2018.6.00.0000/DF**. Representante: Rede Sustentabilidade (Rede) – Diretório Nacional e Representante: Maria Osmarina Marina da Silva Vaz de Lima. Representado: Facebook Serviços Online do Brasil Ltda. Relator: Min. Sérgio Banhos, 7 de junho de 2018j. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/jurisprudencia/@@monocraticas-search?url=&q=0600546-70.2018.6.00.0000>. Acesso em: 18 fev. 2021.

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. **Representação nº 0600716-42.2018.6.00.0000/DF**. Representante: Partido Democrático Trabalhista (PDT) – Nacional. Google Brasil Internet Ltda., Associação Movimento Brasil Livre (MBL) e Carmelo Silveira Carneiro Leão Neto. Relator: Min. Sérgio Banhos, 22 de agosto de 2018k. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/jurisprudencia/@@monocraticas-search?url=&q=0600716-42.2018.6.00.0000>. Acesso em: 18 fev. 2021.

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. **Representação nº 0600717-27.2018.6.00.0000/DF**. Representante: Partido Democrático Trabalhista (PDT) – Diretório Nacional. Representado: Portal Nordeste 1. Relator: Min. Sérgio Banhos, 22 de agosto de 2018l. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/jurisprudencia/@@monocraticas-search?url=&q=0600717-27.2018.6.00.0000>. Acesso em: 18 fev. 2021.

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. **Representação nº 0600718-12.2018.6.00.0000/DF**. Representante: Partido Democrático Trabalhista (PDT) – Diretório Nacional. Representado: Google Brasil Internet Ltda. e Paulo Eduardo Lima Martins. Relator: Min. Luís Felipe Salomão, 23 de setembro de 2018m. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/jurisprudencia/@@monocraticas-search?url=&q=0600718-12.2018.6.00.0000>. Acesso em: 18 fev. 2021.

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. **Representação nº 0600719-94.2018.6.00.0000/DF**. Representante: Partido Democrático Trabalhista (PDT). Representados: Google Brasil Internet Ltda., Otávio Antonio Azevedo Sá Leitão e Magno Martins. Relator: Min. Sérgio Banhos, 24 de setembro de 2018n. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/jurisprudencia/@@monocraticas-search?url=&q=0600719-94.2018.6.00.0000>. Acesso em: 18 fev. 2021.

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. **Representação nº 0600720-79.2018.6.00.0000/DF**. Representante: Partido Democrático Trabalhista (PDT) – Diretório Nacional. Representados: Empresa Folha da Manhã S.A., Google Brasil Internet Ltda., Draco Marketing Propaganda Associados Ltda. (Portal Ceará News 7), Focus.Jor, J P Tolentino Filho (Jornal da Cidade Online), O Diário Nacional e Universo Online S.A. – UOL. Relator: Min. Luis Felipe Salomão, 2 de outubro de 2018o. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/jurisprudencia/@@monocraticas-search?url=&q=0600720-79.2018.6.00.0000>. Acesso em: 18 fev. 2021.

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. **Representação nº 0601611-03.2018.6.00.0000/DF**. Representantes: Coligação Brasil Soberano (PDT/AVANTE) e Ciro Ferreira Gomes. Representados: Tercio Arruda Tomaz, Jair Messias Bolsonaro e Facebook Serviços Online do Brasil Ltda. Relator: Min. Luis Felipe Salomão, 9 de outubro de 2018p. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/jurisprudencia/@@monocraticas-search?url=&q=0601611-03.2018.6.00.0000>. Acesso em: 18 fev. 2021.

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. **Representação nº 0601700-26.2018.6.00.0000/DF**. Representantes: Coligação Brasil Acima Tudo, Deus Acima de Todos (PSL/PRTB) e Jair Messias Bolsonaro. Representados: Fernando Haddad e Coligação o Povo Feliz de Novo

(PT/PCdoB/PROS). Relator: Min. Sérgio Banhos, 16 de outubro de 2018q. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/jurisprudencia/@@monocraticas-search?url=&q=0601700-26.2018.6.00.0000>. Acesso em: 18 fev. 2021.

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. **Representação nº 0601701-11.2018.6.00.0000/DF**. Representantes: Coligação Brasil Acima Tudo, Deus Acima de Todos (PSL/PRTB) e Jair Messias Bolsonaro. Representados: Coligação O Povo Feliz de Novo (PT/PCdoB/PROS) e Fernando Haddad. Relator: Min. Sérgio Banhos, 16 de outubro de 2018r. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/jurisprudencia/@@monocraticas-search?url=&q=0601701-11.2018.6.00.0000>. Acesso em: 18 fev. 2021.

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. **Representação nº 0601765-21.2018.6.00.0000/DF**. Representantes: Coligação O Povo Feliz de Novo (PT/PCdoB/PROS), Fernando Haddad e Luiz Inácio Lula da Silva. Representadas: Twitter Brasil Rede de Informações Ltda., Google Brasil Internet Ltda. e Facebook Serviços Online do Brasil. Relator: Min. Sérgio Banhos, 20 de outubro de 2018s. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/jurisprudencia/@@monocraticas-search?url=&q=0601765-21.2018.6.00.0000>. Acesso em: 18 fev. 2021.

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. **Representação nº 0601766-06.2018.6.00.0000/DF**. Representantes: Coligação O Povo Feliz de Novo (PT/PCdoB/PROS) e Fernando Haddad. Representadas: Facebook Serviços Online do Brasil Ltda., Google Brasil Internet Ltda. e Pessoa natural responsável pelo Blog Agência Caneta. Relator: Min. Sérgio Banhos, 26 de novembro de 2018t. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/jurisprudencia/@@monocraticas-search?url=&q=0601766-06.2018.6.00.0000>. Acesso em: 15 fev. 2021.

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. **Representação nº 0601766-06.2018.6.00.0000/DF**. Representantes: Coligação O Povo Feliz de Novo (PT/PCdoB/PROS) e Fernando Haddad. Representadas: Facebook Serviços Online do Brasil Ltda., Pessoas responsáveis pelas publicações listadas no rol de pedidos e Pessoa responsável pelo blog Agência Caneta e Google Brasil Internet Ltda. Relator: Min. Sérgio Banhos, 20 de outubro de 2018u. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/jurisprudencia/@@monocraticas-search?url=&q=0601766-06.2018.6.00.0000>. Acesso em: 18 fev. 2021.

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. **Representação 0601767-88.2018.6.00.0000/DF**. Representantes: Coligação O Povo Feliz de Novo e Fernando Haddad. Representados: Facebook Serviços Online do Brasil Ltda., Luciana Sales Silveira e outros. Relator: Min. Carlos Horbach, 7 de dezembro de 2018v. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/jurisprudencia/@@monocraticas-search?url=&q=0601767-88.2018.6.00.0000>. Acesso em: 2 jan. 2021.

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. **Representação nº 0601775-65.2018.6.00.0000/DF**. Representante: Partido Socialismo e Liberdade (PSOL) – Nacional. Representado: Whatsapp Inc. Relator: Min. Luiz Edson Fachin, 8 de novembro de 2018w. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/jurisprudencia/@@monocraticas-search?url=&q=0601775-65.2018.6.00.0000>. Acesso em: 18 fev. 2021.

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. **Representação nº 0601775-65.2018.6.00.0000/DF**. Representante: Partido Socialismo e Liberdade (PSOL) – Nacional. Representado: Whatsapp Inc. Relator: Min. Edson Fachin, 8 de novembro de 2018x. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/jurisprudencia/@@monocraticas-search?url=&q=0601775-65.2018.6.00.0000>. Acesso em: 18 fev. 2021.

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. **Representação nº 0601781-72.2018.6.00.0000/DF**. Representantes: Coligação Brasil Acima de Tudo, Deus Acima de Todos e Jair Messias Bolsonaro. Representada: Empresa Folha da Manhã S.A. Relator: Min. Sérgio Banhos, 21 de outubro de 2018y. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/jurisprudencia/@@monocraticas-search?url=&q=0601781-72.2018.6.00.0000>. Acesso em: 18 fev. 2021.

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. **Representação nº 0601793-86.2018.6.00.0000/DF**. Representantes: Jair Messias Bolsonaro e Coligação Brasil Acima de Tudo, Deus Acima de Todos (PSL/PRTB). Representados: Fernando Haddad, Google Brasil Internet Ltda., Facebook Serviços Online do Brasil Ltda., Twitter Brasil Rede de Informação Ltda. e Coligação O Povo Feliz de Novo (PT/PCdoB/PROS). Relator: Min. Luis Felipe Salomão, 24 de outubro de 2018z. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/jurisprudencia/@@monocraticas-search?url=&q=0601793-86.2018.6.00.0000>. Acesso em: 18 fev. 2021.

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. **Representação nº 0601793-86.2018.6.00.0000/DF**. Representantes: Jair Messias Bolsonaro e outra. Representados: Fernando Haddad e outra. Representadas: Google Brasil Internet Ltda., Facebook Serviços Online do Brasil Ltda. e Twitter Brasil Rede de Informação Ltda. Relator: Min. Og Fernandes, 27 de junho de 2019c. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/jurisprudencia/@@monocraticas-search?url=&q=0601793-86.2018.6.00.0000>. Acesso em: 18 fev. 2021.

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. **Resolução nº 20.988, de 21 de fevereiro de 2002**. Dispõe sobre a propaganda eleitoral e as condutas vedadas aos agentes públicos em campanha eleitoral nas eleições de 2002. Brasília: Tribunal Superior Eleitoral, 2002. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/legislacao-tse/res/2002/RES209882002.htm>. Acesso em: 26 jan. 2021.

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. **Resolução nº 23.610, de 18 de dezembro de 2019**. Dispõe sobre propaganda eleitoral, utilização e geração do horário gratuito e condutas ilícitas em campanha eleitoral. Brasília, DF: TSE, 2019d. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/legislacao/compilada/res/2019/resolucao-no-23-610-de-18-de-dezembro-de-2019>. Acesso em: 22 fev. 2021.

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. **Termo de compromisso**. Brasília: TSE, 2018aa. Disponível em: <https://www.conjur.com.br/dl/termo-compromisso-fake-news-tse.pdf>. Acesso em: 3 jan. 2021.

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. TSE atuou com celeridade no julgamento de processos sobre fake news durante as Eleições 2018. **Notícias do TSE**, Brasília, 16 nov. 2018ab. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/imprensa/noticias-tse/2018/Novembro/tse-atuou-com-celeridade-no-julgamento-de-processos-sobre-fake-news-durante-as-eleicoes-2018>. Acesso em: 22 jan. 2021.

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. **Memorando de Entendimento-TSE nº 54/2020**. Brasília: TSE, 2020d. Disponível em: [https://www.tse.jus.br/imprensa/noticias-tse/arquivos/tse-memorando-entendimento-tiktok/at\\_download/file](https://www.tse.jus.br/imprensa/noticias-tse/arquivos/tse-memorando-entendimento-tiktok/at_download/file). Acesso em: 22 jan. 2021.

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. Nota de esclarecimento sobre ‘fakes’ de 2018 envolvendo urnas que voltaram a circular nos últimos dias. **Notícias do TSE**, Brasília, 18 out. 2020e. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/imprensa/noticias-tse/2020/Outubro/nota-de>

esclarecimento-sobre-2018fakes2019-de-2018-envolvendo-urnas-que-voltaram-a-circular-nos-ultimos-dias. Acesso em: 22 jan. 2021.

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. Nota de esclarecimento sobre vídeo com suposto sistema para fraudar urna eletrônica. **Notícias do TSE**, Brasília, 17 nov. 2020f. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/imprensa/noticias-tse/2020/Novembro/nota-de-esclarecimento-sobre-video-com-suposto-sistema-para-fraudar-urna-eletronica>. Acesso em: 22 jan. 2021.

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. Nova campanha do TSE contra a desinformação vai ao ar a partir desta terça-feira (1º). **Notícias do TSE**, Brasília, 1º set. 2020g. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/imprensa/noticias-tse/2020/Setembro/nova-campanha-do-tse-contra-a-desinformacao-vai-ao-ar-a-partir-desta-terca-feira-1o>. Acesso em: 22 jan. 2021.

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. Operadoras concedem ‘zero rating’ para site da Justiça Eleitoral; eleitor não usará pacote de dados para navegar. **Notícias do TSE**, Brasília, 29 set. 2020h. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/imprensa/noticias-tse/2020/Setembro/operadoras-concedem-zero-rating-para-site-da-justica-eleitoral-eleitor-nao-usara-pacote-de-dados-para-navegar>. Acesso em: 22 jan. 2021.

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. **Programa de Enfrentamento à Desinformação com Foco nas Eleições 2020**: plano estratégico. Brasília: TSE, 2020i. Disponível em: <https://bibliotecadigital.tse.jus.br/xmlui/handle/bdtse/7523>. Acesso em: 25 jan. 2021.

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. TSE e WhatsApp apresentam resultados da parceria para combate à desinformação após as Eleições 2020. **Notícias do TSE**, Brasília, 3 dez. 2020j. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/imprensa/noticias-tse/2020/Dezembro/tse-e-whatsapp-apresentam-resultados-da-parceria-para-combate-a-desinformacao-apos-as-eleicoes-2020>. Acesso em: 3 jan. 2021.

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. TSE vai combater fake news com apoio da imprensa. **Notícias do TSE**, Brasília, 8 fev. 2018ac. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/imprensa/noticias-tse/2018/Fevereiro/tse-vai-combater-fake-news-com-apoio-da-imprensa>. Acesso em: 26 jan. 2021.

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. WhatsApp bane mais de mil contas no país após denúncias recebidas em canal do TSE. **Notícias do TSE**, Brasília, 19 nov. 2020k. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/imprensa/noticias-tse/2020/Novembro/whatsapp-bane-mais-de-mil-contas-no-pais-apos-denuncias-recebidas-em-canal-do-tse>. Acesso em: 3 jan. 2021.

BRECHT, Bertolt. **A vida de Galileu**. Tradução de Roberto Schwartz. São Paulo: Abril, 1977.

BRUNO, Fernanda; ROQUE, Tatiana. A ponta de um *iceberg* de desconfiança. In: BARBOSA, Mariana (org.). **Pós-verdade e fake news**: reflexões sobre a guerra de narrativas. Rio de Janeiro: Cobogó, 2019. p. 13-24. *E-book*.

BUCCI, Eugênio. A internet não é meio de comunicação. **Estadão**, São Paulo, 20 out. 2011. Disponível em: <https://opinioao.estadao.com.br/noticias/geral,a-internet-nao-e-meio-de-comunicacao-imp-,787902>. Acesso em: 17 jan. 2021.

BUCCI, Eugênio. **Existe democracia sem verdade factual?** Organizado por Lucia Santaella. Barueri: Estação das Letras e Cores, 2019a. *E-book*.

BUCCI, Eugênio. *News não são fake – e fake news não são news*. In: BARBOSA, Mariana (org.). **Pós-verdade e fake news**: reflexões sobre a guerra de narrativas. Rio de Janeiro: Cobogó, 2019b. p. 37-48. *E-book*.

BUCCI, Eugênio. Pós-política e corrosão da verdade. **Revista USP**, São Paulo, n. 116, p. 19-30, jan./mar. 2018. <http://dx.doi.org/10.11606/issn.2316-9036.v0i116p19-30>. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/revusp/article/view/146574>. Acesso em: 17 jan. 2021.

BULLOCK, Joseph; LUENGO-OROZ, Miguel. Automated speech generation from UN General Assembly statements: mapping risks in AI generated texts. **arXiv**, [s. l.], 1906.01946v1 [cs.CL], 5 Jun. 2019. Disponível em: <https://arxiv.org/pdf/1906.01946.pdf>. Acesso em: 14 jan. 2021.

CALDAS, Camilo Onoda Luiz; CALDAS, Pedro Neris Luiz. Estado, democracia e tecnologia: conflitos políticos e vulnerabilidade no contexto do *big-data*, das *fake news* e das *shitstorms*. **Perspectivas em Ciência da Informação**, Belo Horizonte, v. 24, n. 2, p. 196-220, abr./jun. 2019. DOI: <http://dx.doi.org/10.1590/1981-5344/3604>. Disponível em: <https://www.scielo.br/pdf/pci/v24n2/1413-9936-pci-24-02-196.pdf>. Acesso em: 17 jan. 2021.

CALDERON, Mariana. Crônicas de segurança: eleições de 2018. In: WATERLOO, Estêvão André Cardoso (org.). **TSE nas eleições 2018**: um registro da atuação do gabinete estratégico pelo olhar de seus integrantes. Brasília, DF: Tribunal Superior Eleitoral, 2020. p. 41-50.

CAMARGO, Brígido Vizeu; JUSTO, Ana Maria. **Tutorial para uso do software de análise textual IRAMUTEQ**. Toulouse: IRaMuTeQ, 2013. Disponível em: <http://www.iramuteq.org/documentation/fichiers/tutoriel-en-portugais>. Acesso em: 29 mar 2021.

CAMPANELLA, Bruno; BARROS, Carla. Introdução. In: CAMPANELLA, Bruno; BARROS, Carla (org.). **Etnografia e consumo midiático**: novas tendências e desafios metodológicos. Rio de Janeiro: E-papers, 2016. p. 1-16.

CAMURÇA, Eulália. “Não haverá solução para os grandes problemas da humanidade sem educação”, alerta Gilles Lipovetsky. **Diário do Nordeste**, Fortaleza, 16 out. 2019. Disponível em: <https://diariodonordeste.verdesmares.com.br/verso/nao-havera-solucao-para-os-grandes-problemas-da-humanidade-sem-educacao-alerta-gilles-lipovetsky-1.2162071>. Acesso em: 10 jan. 2021.

CÂNDIDO, Joel J. **Direito eleitoral brasileiro**. 12. ed. Bauru: Edipro, 2006.

CAPANEMA, Walter. Íntegra do “Painel 1 – Lei eleitoral e os limites da propaganda”. In: SEMINÁRIO INTERNACIONAL *FAKE NEWS* E ELEIÇÕES, 2019, Brasília. **Anais** [...]. Brasília: Tribunal Superior Eleitoral, 2019. p. 45-48. Disponível em: <https://www.justicaeleitoral.jus.br/desinformacao/arquivos/livro-fake%20news-miolo-web.pdf#page=45>. Acesso em: 12 jan. 2021.

CARVALHO, Danilo. Íntegra do “Painel 4 – Ferramentas de enfrentamento às *fake news*”. In: SEMINÁRIO INTERNACIONAL *FAKE NEWS* E ELEIÇÕES, 2019, Brasília. **Anais** [...].

Brasília: Tribunal Superior Eleitoral, 2019. p. 96. Disponível em: <https://www.justicaeleitoral.jus.br/desinformacao/arquivos/livro-fake%20news-miolo-web.pdf#page=96>. Acesso em: 12 jan. 2021.

CARVALHO, Davi. Por que você não deveria argumentar com radicais – o efeito “backfire”. **Política na Cabeça**, Campinas, 26 out. 2020. <https://www.blogs.unicamp.br/politicanacabeça/2020/10/26/por-que-voce-nao-deveria-argumentar-com-radicais-o-efeito-backfire/>. Acesso em: 10 jan. 2021.

CASSORLA, Roosevelt M. S. Breve ensaio sobre a mentira. **Revista Brasileira de Psicanálise**, São Paulo, v. 52, n. 2, p. 81-96, 2018.

CASTANHO, Maria Augusta Ferreira da Silva. **O processo eleitoral na era da internet: as novas tecnologias e o exercício da cidadania**. 2014. 337 f. Tese (Doutorado em Direito) – Faculdade de Direito, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2014. Disponível em: <https://teses.usp.br/teses/disponiveis/2/2134/tde-09122014-135328/pt-br.php>. Acesso em: 18 jan. 2021.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. Tradução de Roneide Venancio Majer. São Paulo: Paz & Terra, 1999. v. 1.

CASTELLS, Manuel. **Redes de indignação e esperança: movimentos sociais na era da internet**. Tradução de Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

CASTELLS, Manuel. **Ruptura: a crise da democracia liberal**. Tradução de Joana Angélica D’Avila Melo. São Paulo: Zahar, 2018.

CHAGAS, Viktor. A febre dos *memes* de política. **Revista FAMECOS**, Porto Alegre, v. 25, n. 1, ID27025, jan./abr. 2018. DOI: <https://doi.org/10.15448/1980-3729.2018.1.27025>. Disponível em: <https://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/27025/16239>. Acesso em: 26 jan. 2021.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias**. Tradução de Angela M. S. Corrêa. São Paulo: Contexto, 2007.

CHAUÍ, Marilena. **Cultura e democracia**. 4. ed. São Paulo: Cortez, 2017.

CHAUÍ, Marilena. **Simulacro e poder: uma análise da mídia**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2006.

CHOMSKY, Noam. **Mídia: propaganda política e manipulação**. Tradução de Fernando Santos. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2015. *E-book*.

COALIZÃO DIREITOS NA REDE. Combater desinformação assegurando liberdade de expressão e privacidade: Nota técnica da Coalizão Direitos na Rede sobre problemas centrais do PL 2630/2020 (Lei Brasileira de Liberdade, Responsabilidade e Transparência na Internet). **Coalizão Direitos na Rede**, [s. l.], 29 maio 2020. Disponível em: <https://direitosnarede.org.br/2020/05/29/combater-desinformacao-assegurando-liberdade-de-expressao-e-privacidade/>. Acesso em: 10 jan. 2021.



COELHO, Cláudio Novaes Pinto. Mídia e poder na sociedade do espetáculo. **Cult**, São Paulo, 7 fev. 2011. Disponível em: <https://revistacult.uol.com.br/home/midia-e-poder-na-sociedade-do-espetaculo/>. Acesso em: 26 jan. 2021.

COMISSÃO EUROPEIA. **Comunicação da Comissão ao Parlamento Europeu, ao Conselho, ao Comité Económico e Social Europeu e ao Comité das Regiões: combater a desinformação em linha: uma estratégia europeia**. Bruxelas: Comissão Europeia, 26 abr. 2018. COM(2018) 236 final. Disponível em: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/PDF/?uri=CELEX:52018DC0236>. Acesso em: 12 jan. 2021.

CONEGLIAN, Olivar. **Propaganda eleitoral**. 13. ed. Curitiba: Juruá, 2016.

CRUZ, Francisco Brito. **Novo jogo, velhas regras: democracia e direito na era da nova propaganda política e das fake news**. Belo Horizonte: Letramento, 2020.

CRUZ, Francisco Brito *et al.* **Direito eleitoral na era digital**. Belo Horizonte: Letramento, 2018.

CRUZ, Francisco Brito *et al.* **Internet e eleições no Brasil: diagnósticos e recomendações**. São Paulo: InternetLab, 2019. Disponível em: [https://www.internetlab.org.br/wp-content/uploads/2019/09/policy-infopol-26919\\_4.pdf](https://www.internetlab.org.br/wp-content/uploads/2019/09/policy-infopol-26919_4.pdf). Acesso em: 18 jan. 2021.

CUEVA, Ricardo Villas Bôas. Alternativas para a remoção de *fake news* das redes sociais. In: ABOUD, Georges; NERY JÚNIOR, Nelson; RICARDO, Campos (eds.). **Fake news e regulação**. 2. ed. São Paulo: Thomson Reuters, 2020. p. 167-176.

D'AGOSTINO, Rosanne. STF conclui julgamento e decide que é legal inquérito que apura *fake news* e ameaças a ministros. **G1**, Brasília, DF, 18 jun. 2020. Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/noticia/2020/06/18/stf-conclui-julgamento-e-decide-que-e-legal-inquerito-que-apura-fake-news-e-ameacas-a-ministros.ghtml>. Acesso em: 26 fev. 2021.

D'ANCONA, Matthew. **Pós-verdade: a nova guerra contra os fatos em tempos de fake news**. Barueri: Faro Editorial, 2018.

DALAQUA, Gustavo Hessmann. Democracia e verdade: uma defesa contingente da democracia epistêmica. **Revista Brasileira de Ciências Políticas**, Brasília, DF, n. 22, p. 191-232, jan./abr. 2017. DOI: <https://doi.org/10.1590/0103-335220172206>. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rbcpol/a/mZLxdfpWv3vwXn4FFtHQsvt/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 10 abr. 2021.

DATA PRIVACY BRASIL. **Nota técnica sobre PL das Fake News**. 27 jul. 2020. Disponível em: <https://direitosnarede.org.br/2020/07/27/data-privacy-brasil-nota-tecnica-sobre-pl-das-fake-news/>. Acesso em: 10 jan. 2021.

DATAFOLHA. 24% dos eleitores usam WhatsApp para compartilhar conteúdo eleitoral. **Datafolha**, São Paulo, 27 out. 2018. Disponível em: <https://datafolha.folha.uol.com.br/opiniaopublica/2018/10/1983765-24-dos-eleitores-usam-whatsapp-para-compartilhar-conteudo-eleitoral.shtml>. Acesso em: 10 jan. 2021.

DAWKINS, Richard. **The selfish gene**. London: Oxford University Press, 1976.

DEL PAPA, Rodrigo Rodrigues. *Big data e a propaganda eleitoral*. **Revista Democrática**, Cuiabá, v. 6, p. 81-92, 2020. Disponível em: <https://bibliotecadigital.tse.jus.br/xmlui/handle/bdtse/8209>. Acesso em: 16 abr. 2021.

DELEUZE, Gilles; GUATTARI, Félix. **O que é filosofia?** Tradução de Bento Prado Jr. e Alberto Alonso Muñoz. 3. ed. São Paulo: Editora 34, 2010.

DERRIDA, Jacques. História da mentira: prolegômenos. **Estudos Avançados**, São Paulo, v. 10, n. 27, p.7-39, 1996. DOI: <https://doi.org/10.1590/S0103-40141996000200002>. Disponível em: <https://www.scielo.br/pdf/ea/v10n27/v10n27a02.pdf>. Acesso em: 26 jan. 2021.

DI FRANCO, Carlos Alberto. *Fake news: a velha e boa reportagem não pode ser substituída por torcida*. **O Globo**, Rio de Janeiro, 4 jun. 2018. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/opiniaofake-news-22739114>. Acesso em: 10 jan. 2021.

DOMINGOS, Adenil Alfeu. A arma natural da política: a palavra. In: DOMINGOS, Adenil Alfeu *et al.* (org.). **Mídia e democracia**. São Paulo: Annablume, 2006. p. 149-192.

DOURADO, Tatiana Maria Silva Galvão. **Fake news na eleição presidencial de 2018 no Brasil**. 2020. 308 f. Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura Contemporâneas) – Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2020. Disponível em: <https://repositorio.ufba.br/ri/handle/ri/31967>. Acesso em: 26 jan. 2021.

DUNKER, Christian *et al.* **Ética e pós-verdade**. Porto Alegre: Dublinense, 2017.

EDELMAN TRUST BAROMETER. Edelman Trust Barometer 2018. **Edelman**, São Paulo, 21 jan. 2018. Disponível em: <https://www.edelman.com.br/estudos/trust-barometer-2018>. Acesso em: 26 jan. 2021.

EPSTEIN, Lee; KING, Gary. **Pesquisa empírica em direito: as regras de inferência**. Tradução de Fábio Morosini *et al.* São Paulo: Direito GV, 2013.

FALCÃO, Raimundo Bezerra. **Hermenêutica**. São Paulo: Malheiros, 2004.

FARIA, José Eduardo. Verdade na internet. In: FARIA, José Eduardo (org.). **A liberdade de expressão e as novas mídias**. São Paulo: Perspectiva, 2020. cap. 2. *E-book*.

FEOFILOFF, Paulo; KOHAYAKAWA, Yoshiharu; WAKABAYASHI, Yoshiko. **Uma introdução sucinta à teoria dos grafos**. São Paulo: USP, 2011.

FERRAZ JR., Tercio Sampaio. **Introdução ao estudo do direito: técnica, decisão, dominação**. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2015.

FEYERABEND, Paul Karl. **Contra o método**. São Paulo: Unesp, 1977.

FGV. **Webinar: Eleições 2022 e desinformação no Brasil – Parte II**. [S. l.: s. n.], 2021. 1 vídeo (108 min.). Publicado pelo canal da FGV. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=S9nfvYxDFx4>. Acesso em: 25 fev. 2021.

FISS, Owen M. **A ironia da liberdade de expressão**: Estado, regulação e diversidade na esfera pública. Rio de Janeiro: Renovar, 2005.

FOUCAULT, Michel. **Microfísica do poder**. Tradução de Roberto Machado. Rio de Janeiro: Graal, 1979.

FOUCAULT, Michel. **Microfísica do poder**. Tradução de Roberto Machado. 8. ed. Rio de Janeiro: Graal, 1989.

FRANCO, Augusto de. Poder computacional: automação no uso do WhatsApp nas eleições. **Its Rio**, Rio de Janeiro, 26 out. 2018. Disponível em: <http://dagobah.com.br/poder-computacional-automacao-no-uso-do-whatsapp-nas-eleicoes/>. Acesso em: 10 jan. 2021.

GADAMER, Hans-Georg. **Verdade e método**: traços fundamentais de uma hermenêutica filosófica. Tradução de Flávio Paulo Meurer. 15. ed. Petrópolis: Vozes, 2015. v. 1.

GALLO, Fernando. Íntegra do “Painel 5 – Mídias sociais no cenário eleitoral”. In: SEMINÁRIO INTERNACIONAL *FAKE NEWS* E ELEIÇÕES, 2019, Brasília. **Anais** [...]. Brasília: Tribunal Superior Eleitoral, 2019. p. 122-124. Disponível em: <https://www.justicaeleitoral.jus.br/desinformacao/arquivos/livro-fake%20news-miolo-web.pdf#page=122>. Acesso em: 12 jan. 2021.

GALLORO, Rogério. Íntegra do “Painel 2 – Eleições e *fake news* no mundo”. In: SEMINÁRIO INTERNACIONAL *FAKE NEWS* E ELEIÇÕES, 2019, Brasília. **Anais** [...]. Brasília: Tribunal Superior Eleitoral, 2019. p. 71. Disponível em: <https://www.justicaeleitoral.jus.br/desinformacao/arquivos/livro-fake%20news-miolo-web.pdf#page=71>. Acesso em: 12 jan. 2021.

GAMBOGI, Flávio Boson. **Política, direito e cidadania**: uma análise da limitação temporal à propaganda política-eleitoral no contexto democrático. 2017. 113 f. Dissertação (Mestrado em Direito) – Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2017. Disponível em: <https://repositorio.ufmg.br/handle/1843/BUBD-AYYM8F>. Acesso em: 26 jan. 2021.

GIGERENZER, Gerd; TODD, Peter. Fast and frugal heuristics. In: GIGERENZER, Gerd; TODD, Peter; ABC RESEARCH GROUP (org.). **Simple heuristics that make us smart**. New York: Oxford University Press, 1999. p. 3-34. Disponível em: [https://pure.mpg.de/rest/items/item\\_2102905/component/file\\_2102904/content](https://pure.mpg.de/rest/items/item_2102905/component/file_2102904/content). Acesso em: 25 jan. 2021.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

GOMES, José Jairo. **Direito eleitoral**. 10. ed. São Paulo: Atlas, 2014.

GOMES, Wilson da Silva; DOURADO, Tatiana. *Fake news*, um fenômeno de comunicação política entre jornalismo, política e democracia. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, Florianópolis, v. 16, n. 2, p. 33-45, 2019. DOI: <https://doi.org/10.5007/1984-6924.2019v16n2p33>. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/1984-6924.2019v16n2p33>. Acesso em: 26 jan. 2021.

GOMES, Wilson. **A democracia no mundo digital**: história, problemas e temas. Organizado por Sergio Amadeu da Silveira. São Paulo: Edições Sesc, 2018. *E-book*.

GOMES, Wilson. *Fake news*, crise epistêmica e epistemologia tribal. **Cult**, São Paulo, 8 abr. 2019. Disponível em: <https://revistacult.uol.com.br/home/crise-epistemica-e-epistemologia-tribal/>. Acesso em: 10 jan. 2021.

GOMES, Wilson. **Transformações da política na era da comunicação de massa**. São Paulo: Paulus, 2004.

GRAU, Eros Roberto. **Direito posto e pressuposto**. São Paulo: Malheiros, 2005.

GRIJELMO, Álex. A arte de manipular multidões: técnicas para mentir e controlar as opiniões se aperfeiçoaram na era da pós-verdade. **El País**, Brasil, 28 ago. 2017. Disponível em: [https://brasil.elpais.com/brasil/2017/08/22/opinion/1503395946\\_889112.html](https://brasil.elpais.com/brasil/2017/08/22/opinion/1503395946_889112.html). Acesso em: 10 jan. 2021.

GUEDES, Paula. Direcionamento de campanhas eleitorais: lições do passado para 2020. **Its Rio**, Rio de Janeiro, 9 abr. 2020. Disponível em: <https://feed.itsrio.org/direcionamento-de-campanhas-eleitorais-licoes-do-passado-para-2020-de58e32e5dbe>. Acesso em: 10 jan. 2021.

HABERMAS, Jürgen. **A inclusão do outro**: estudos de teoria política. Tradução de Denilson Luís Werle. São Paulo: Editora Unesp, 2018.

HABERMAS, Jürgen. **Agir comunicativo e razão destrancendentalizada**. Tradução de Lúcia Aragão. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2002.

HAN, Byung-Chul. **Psicopolítica**: o neoliberalismo e as novas técnicas de poder. Belo Horizonte: Áyiné, 2018.

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

HARDEMAN, Hilde. Íntegra da “Manifestação dos componentes da mesa de abertura”. In: SEMINÁRIO INTERNACIONAL *FAKE NEWS* E ELEIÇÕES, 2019, Brasília. **Anais** [...]. Brasília: Tribunal Superior Eleitoral, 2019. p. 20-21. Disponível em: <https://www.justica eleitoral.jus.br/desinformacao/arquivos/livro-fake%20news-miolo-web.pdf#page=20>. Acesso em: 12 fev. 2021.

HARSIN, Jayson. Post-truth and critical communication studies. **Communication**, Oxford, UK, 20 dec. 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190228613.013.757>. Acesso em: 10 jan. 2021.

HORBACH, Lenon Oliveira: **Fake news**: liberdade de expressão, internet e democracia. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2019.

IAMUNDO, Eduardo. **Hermenêutica e hermenêutica jurídica**. São Paulo: Saraiva, 2017.

IRAMUTEQ. **IRaMuTeQ**. Versão 0.7 Alpha 2. [S. l.]: GNU GPL, 2021.

INTERNETLAB. **Guia para influenciadores digitais nas Eleições 2020**. São Paulo: InternetLab, 2020. Disponível em: [https://www.internetlab.org.br/wp-content/uploads/2020/10/guia\\_influenciadores\\_eleicoes2020.pdf](https://www.internetlab.org.br/wp-content/uploads/2020/10/guia_influenciadores_eleicoes2020.pdf). Acesso em: 24 jan. 2021.

JENKINS, Henry. **Cultura da conexão**: criando valor e significado por meio da mídia propagável. São Paulo: Aleph, 2014.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. Tradução de Susana Alexandria. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009.

JENKINS, Henry; FORD, Sam; GREEN, Joshua. **Cultura da conexão**: criando valor e significado por meio da mídia propagável. Tradução de Patricia Arnaud. São Paulo: Aleph, 2014.

JESUS, Eduardo *et al.* Apresentação: marchas, jornadas e ocupações. *In*: JESUS, Eduardo *et al.* (org.). **Reinvenção comunicacional da política**: modos de habitar e desabitatar o século XXI. Salvador: EDUFBA; Brasília, DF: Compós, 2016. p. 9-12.

KAKUTANI, Michiko. **A morte da verdade**: notas sobre a mentira na Era Trump. Tradução de André Czarnobai e Marcela Duarte. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2018.

KANT, Immanuel. Sobre um suposto direito de mentir por amor à humanidade (1797). *In*: KANT, Immanuel. **A paz perpétua e outros opúsculos**. Tradução de Artur Morão. Lisboa: 70, 2008. p. 173-179.

KEYES, Ralph. **A era da pós-verdade**: desonestidade e enganação na vida contemporânea. Petrópolis: Vozes, 2018.

KONOPACKI, Marco. Íntegra do “Painel 2 – Eleições e *fake news* no mundo”. *In*: SEMINÁRIO INTERNACIONAL *FAKE NEWS* E ELEIÇÕES, 2019, Brasília. **Anais** [...]. Brasília: Tribunal Superior Eleitoral, 2019. p. 66-68. Disponível em: <https://www.justica eleitoral.jus.br/desinformacao/arquivos/livro-fake%20news-miolo-web.pdf#page=66>. Acesso em: 12 fev. 2021.

KOVACH, Bill; ROSENSTIEL, Tom. **Os elementos do Jornalismo**: o que os jornalistas devem saber e o poder público exigir. São Paulo: Editorial, 2004.

LASCH, Christopher. **Cultura do narcisismo**: a vida americana numa era de esperanças em declínio. Rio de Janeiro: Imago, 1983.

LEMOS, André; LÉVY, Pierre. **O futuro da internet**: em direção a uma ciberdemocracia planetária. São Paulo: Paulus, 2010.

LEMOS, Ronaldo. TSE cria ação contra *fake news*. **Its Rio**, Rio de Janeiro, 13 out. 2020. Disponível em: <https://itsrio.org/pt/artigos/tse-cria-acao-contra-fake-news/>. Acesso em: 10 jan. 2021.

LEVITIN, Daniel J. **O guia contra mentiras**: Como pensar criticamente na era da pós-verdade. Rio de Janeiro: Objetiva, 2019.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. Tradução de Carlos Irineu da Costa. São Paulo: Editora 34, 1999.

LIPOVETSKY, Gilles. **A sociedade da sedução**: democracia e narcisismo na hipermodernidade liberal. Tradução de Idalina Lopes. Barueri: Manole, 2020.

LIPPMANN, Walter. **Public opinion**. New Brunswick, NJ: Transaction, 1998.

LISPECTOR, Clarice. **A descoberta do mundo**. Rio de Janeiro: Rocco, 1999.

LOVELUCK, Benjamin. **Redes, liberdades e controles**: uma genealogia política da internet. Tradução de Guilherme João de Freitas Teixeira. Petrópolis: Vozes, 2018.

MACEDO JUNIOR, Porto. “Fake News” e as novas ameaças à liberdade de expressão. *In*: FARIA, José Eduardo (org.). **A liberdade de expressão e as novas mídias**. São Paulo: Perspectiva, 2020. cap. 4. *E-book*.

MACHADO, Caio; KONOPACKI, Marco. Poder computacional: automação no uso do WhatsApp nas eleições. **ITS Rio**, Rio de Janeiro, 26 out. 2018. Disponível em: <https://feed.itsrio.org/poder-computacional-automação-no-uso-do-whatsapp-nas-eleições-e969746d231f>. Acesso em: 17 fev. 2021.

MACHADO, Roberto. **Nietzsche e a verdade**. Rio de Janeiro: Paz & Terra, 2017.

MAGRANI, Eduardo. **Democracia conectada**: a internet como ferramenta de engajamento político-democrático. Curitiba: Juruá, 2014.

MAISONNAVE, Fabiano; LOUZANO, Paula. O futuro sombrio da Internet. **Folha de S.Paulo**, São Paulo, 5 mar. 2020. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/mais/fs0503200003.htm>. Acesso em: 25 mar. 2021.

MARCHETTI, Vitor; CORTEZ, Rafael. A judicialização da competição política: o TSE e as coligações eleitorais. **Opinião Pública**, Campinas, v. 15, n. 2, p. 422-450, nov. 2009. DOI: <http://dx.doi.org/10.1590/S0104-62762009000200006>. Disponível em: <https://www.scielo.br/pdf/op/v15n2/06.pdf>. Acesso em: 11 jan. 2021.

MARCHI, Caio Favero. A sinalização sociocultural do *design* do Facebook. *In*: SANTAELLA, Lucia (org.). **Sociotramas**: estudos multitemáticos sobre redes digitais. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2014. p. 159-176.

MARINONI, Bruno; GALASSI, Vanessa. Aspectos da desinformação, capitalismo e crises. *In*: MARTINS, Helena (org.). **Desinformação**: crise política e saídas democráticas para as *fake news*. São Paulo: Veneta, 2020. cap. 1. *E-book*.

MARTÍN-BARBERO, Jesus. **Dos meios às mediações**: comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: UFRJ, 2008.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações**: comunicação, cultura e hegemonia. Tradução de Ronald Polito e Sérgio Alcides. Rio de Janeiro: UFRJ, 2009.

MARTÍNEZ, Patricia; LEMUS, Daniela. México. Adiós Peña Nieto, hola AMLO: el poder social versus las fake news del gobierno. *In*: PONCE, Matías; RINCON, Omar. **Fakecracia**. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Editorial Biblos, 2020. *E-book*.

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Teoria das mídias digitais**: linguagens, ambientes e redes. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 2014.

MARTINO, Luís Mauro Sá; MARQUES, Ângela Cristina Salgueiro. **Ética, mídia e comunicação**: relações sociais em um mundo conectado. São Paulo: Summus, 2018.

MARTINS, Helena. Aspectos da desinformação, capitalismo e crises. *In*: MARTINS, Helena (org.). **Desinformação**: crise política e saídas democráticas para as *fake news*. São Paulo: Veneta, 2020. apresentação. *E-book*.

MATO GROSSO. Tribunal Regional Eleitoral de Mato Grosso. **Fake News**: agências de checagem desmontam boatos sobre a urna eletrônica. Cuiabá: TRE-MT, 2018. Disponível em: <https://www.tre-mt.jus.br/eleicoes/eleicoes-plebiscitos-e-referendos/eleicoes-anteriores/eleicoes-2018/fakenews>. Acesso em: 20 fev. 2021.

MATOS, Heloiza. **Capital social e comunicação**: interfaces e articulações. São Paulo: Summus, 2009.

MAXIMILIANO, Carlos. **Hermenêutica e aplicação do direito**. 20. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2011.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. Tradução de Décio Pignatari. 8. ed. São Paulo: Cultrix, 1996.

MEDINA, Cremilda. **A arte de tecer o presente**: narrativa e cotidiano. 2. ed. São Paulo: Summus, 2003.

MELLO, Patrícia Campos. **A máquina do ódio**: notas de uma repórter sobre fake news e violência digital. São Paulo: Companhia das Letras, 2020.

MELLO, Patrícia Campos. Empresários bancam campanha contra o PT pelo WhatsApp. **Folha de S.Paulo**, São Paulo, 18 out. 2018. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/10/empresarios-bancam-campanha-contr-o-pt-pelo-whatsapp.shtml>. Acesso em: 10 jan. 2021.

MENDEL, Toby. **Liberdade de informação**: um estudo de direito comparado. 2. ed. Brasília: UNESCO, 2009. Disponível em: <https://www.gov.br/acessoainformacao/pt-br/central-de-conteudo/publicacoes/arquivos/liberdade-informacao-estudo-direito-comparado-unesco.pdf>. Acesso em: 14 jan. 2021.

MENDONÇA, Ana. Tratamento de Trump para a COVID-19 não inclui cloroquina. **Estado de Minas**, Belo Horizonte, 2 out. 2020. Disponível em: [https://www.em.com.br/app/noticia/internacional/2020/10/02/interna\\_internacional,1191163/tratamento-de-trump-para-a-COVID-19-nao-inclui-cloroquina.shtml](https://www.em.com.br/app/noticia/internacional/2020/10/02/interna_internacional,1191163/tratamento-de-trump-para-a-COVID-19-nao-inclui-cloroquina.shtml). Acesso em: 14 jan. 2021.

METZGER, Miriam J.; FLANAGIN, Andrew J. Credibility and trust of information in online environments: the use of cognitive heuristics. **Journal of Pragmatics**, Amsterdam, v. 59, part. B, p. 210-220, Dec. 2013. DOI: <http://dx.doi.org/10.1016/j.pragma.2013.07.012>. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0378216613001768?via%3Dihub>. Acesso em: 17 jan. 2021.

MICHELMAN, Frank I. Relações entre democracia e liberdade de expressão: discussão de alguns argumentos. In: SARLET, Ingo Wolfgang (org.). **Direitos fundamentais, informática e comunicação**. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2007. p. 49-62.

MINAYO, Maria Cecília de Souza. Análise qualitativa: teoria, passos e fidedignidade. **Ciência & Saúde Coletiva**, Rio de Janeiro, v. 17, n. 3, p. 621-626, 2012. DOI: <https://doi.org/10.1590/S1413-81232012000300007>. Disponível em: <https://www.scielo.br/pdf/csc/v17n3/v17n3a07.pdf>. Acesso em: 26 jan. 2021.

MOROZOV, Evgeny. **Big Tech**: a ascensão dos dados e a morte da política. Tradução de Claudio Marcondes. São Paulo: Ubu, 2018.

MOSÉ, Viviane. **A espécie que sabe**: do *Homo Sapiens* à crise da razão. Petrópolis: Vozes, 2019.

MOUFFE, Chantal. **On the political**. London: Routledge, 2005.

MULCAHEY, Taylor. Por que a expressão ‘fake news’ é imprecisa (e prejudicial). **IJNet**, Washington, DC, 26 out. 2018. Disponível em: <https://ijnnet.org/pt-br/story/por-que-expressao-fake-news-e-imprecisa-e-prejudicial>. Acesso em: 26 jan. 2021.

NEVES, Henrique. Íntegra do “Painel 1 – Lei eleitoral e os limites da propaganda”. In: SEMINÁRIO INTERNACIONAL *FAKE NEWS* E ELEIÇÕES, 2019, Brasília. **Anais** [...]. Brasília: Tribunal Superior Eleitoral, 2019. p. 39-41. Disponível em: [https://www.justica\\_eleitoral.jus.br/desinformacao/arquivos/livro-fake%20news-miolo-web.pdf#page=39](https://www.justica_eleitoral.jus.br/desinformacao/arquivos/livro-fake%20news-miolo-web.pdf#page=39). Acesso em: 12 jan. 2021.

NIETZSCHE, Friedrich. **Crepúsculo dos ídolos**. Tradução de Paulo César de Souza. São Paulo: Hemus, 2003.

NIETZSCHE, Friedrich. **Sobre verdade e mentira**. Tradução de Rubens Rodrigues Torres Filho. São Paulo: Victor Civita, 1983.

NOGUEIRA, Marco Aurélio. Mídia, democracia e hipermodernidade periférica. In: GOULART, Jefferson Oliveira (org.). **Mídia e democracia**. São Paulo: Annablume, 2006. p. 11-22.

ORGANIZAÇÃO DOS ESTADOS AMERICANOS. **A missão da OEA parabeniza o povo brasileiro que votou em paz e destaca trabalho profissional do TSE** [Relatório Preliminar MOE:]. Washington, DC: OEA, 2018. Disponível em: <http://www.oas.org/documents/por/press/Relatorio-Preliminar-MOE-Brasil-2o-Turno-Portugues.pdf>. Acesso em: 10 jan. 2021.

ORGANIZAÇÃO DOS ESTADOS AMERICANOS. Comissão Interamericana de Direitos humanos. **Declaração Conjunta sobre Liberdade de Expressão e Internet**. Washington,



DC: OEA, 2011a. Disponível em: <https://www.oas.org/pt/cidh/expressao/showarticle.asp?artID=849&lID=4>. Acesso em: 26 jan. 2021.

ORGANIZACIÓN DE LOS ESTADOS AMERICANOS. Comisión Interamericana de Derechos Humanos. **Declaración Conjunta sobre Libertad de Expresión y “Noticias Falsas” (“Fake News”), Desinformación y Propaganda**. Washington, DC: OEA, 2017. Disponível em: <http://www.oas.org/es/cidh/expresion/showarticle.asp?artID=1056&lID=2>. Acesso em: 12 jan. 2021.

ORGANIZAÇÃO DOS ESTADOS AMERICANOS. **Convenção Americana sobre Direitos Humanos** [Pacto de São José da Costa Rica]. Washington, DC: OEA, 1969. Disponível em: [https://www.cidh.oas.org/basicos/portugues/c.convencao\\_americana.htm](https://www.cidh.oas.org/basicos/portugues/c.convencao_americana.htm). Acesso em: 10 jan. 2021.

ORGANIZAÇÃO DOS ESTADOS AMERICANOS. Mecanismos internacionais para a promoção da liberdade de expressão. **OEA**, Washington, DC, 2011b. Disponível em: <https://www.oas.org/pt/cidh/expressao/showarticle.asp?artid=849&lid=4>. Acesso em: 10 jan. 2021.

ORGANIZACIÓN DE LOS ESTADOS AMERICANOS. **Guía para garantizar la libertad de expresión frente a la desinformación deliberada en contextos electorales**. Washington, DC: OEA, 2019. Disponível em: [https://www.oas.org/es/cidh/expresion/publicaciones/Guia\\_Desinformacion\\_VF.pdf](https://www.oas.org/es/cidh/expresion/publicaciones/Guia_Desinformacion_VF.pdf). Acesso em: 12 jan. 2021.

ORWELL, George. **1984**. Tradução de Heloisa Jahn e Alexandre Hubner. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

ORWELL, George. **Sobre a verdade**. Tradução de Claudio Alves Marcondes. São Paulo: Companhia das Letras, 2020.

OSORIO, Aline. **Direito eleitoral e liberdade de expressão**. Belo Horizonte: Fórum, 2017.

OXFORD DICTIONARIES. Post-truth: word of the year 2016. **OxfordLanguages**, London, 11 Nov. 2016. Disponível em: <https://languages.oup.com/press/news/2016/12/11/WOTY-16>. Acesso em: 10 jan. 2021.

PANKE, Lucina; MILA, Débora; ARANTE, Erivelto. Brasil I. De los medios a las redes: cómo Bolsonaro cambió las elecciones en Brasil gracias a las noticias falsas. *In*: PONCE, Matías; RINCON, Omar. **Fakecracia**. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Editorial Biblos, 2020. *E-book*.

PANKE, Lucina *et al.* Introducción. Las consecuencias sociales de las noticias falsas. *In*: PONCE, Matías; RINCON, Omar. **Fakecracia**. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Editorial Biblos, 2020. *E-book*.

PALÁCIO, Fábio. Um libelo contra o determinismo tecnológico. **Cult**, São Paulo, 10 jun. 2019. Disponível em: <https://revistacult.uol.com.br/home/raymond-williams-televisao/>. Acesso em: 3 jan. 2021.

PALMA, Gabriel; FALCÃO, Márcio; CAMARGO, Isabela. Polícia Federal faz buscas em endereços de Roberto Jefferson, Luciano Hang e blogueiros. **G1**, Brasília, DF, 27 maio 2020. Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/noticia/2020/05/27/pf-cumpre-mandados-em-inquerito-do-stf-sobre-fake-news.ghtml>. Acesso em: 20 mar. 2021.

PALMA, Juliana Bonacorsi de; FEFERBAUM, Marina; PINHEIRO, Victor Marcel. Meu trabalho precisa de jurisprudência? Como posso utilizá-la? *In*: FEFERBAUM, Marina; QUEIROZ, Rafael Mafei Rabelo (coord.). **Metodologia jurídica**: um roteiro prático para trabalho de conclusão de curso. São Paulo: Saraiva, 2012. cap. 7, p. 140-168.

PARLAMENTO francês aprova lei polêmica de combate às notícias falsas. **Consultor Jurídico**, São Paulo, 22 nov. 2018. Disponível em: <https://www.conjur.com.br/2018-nov-22/franca-aprova-lei-polemica-combate-noticias-falsas>. Acesso em: 26 jan. 2021.

PASQUALE, Frank. A esfera pública automatizada. **Libero**, São Paulo, ano 20, n. 39, p. 16-35, jan./ago. 2017. Disponível em: <https://casperlibero.edu.br/wp-content/uploads/2017/10/A-Esfera-p%C3%BAblica-automatizada.pdf>. Acesso em: 10 jan. 2021.

PAVLIK, John V. Ubiquidade: o 7º princípio do jornalismo na era digital. *In*: CANAVILHAS, João (org.). **Webjornalismo**: 7 características que marcam a diferença. Covilhã: Livros Labcom, 2014. p. 158-184.

PEREIRA, Brenda de Quadros; MIGLIAVACCA, Carolina Moraes. O ativismo judicial na Justiça Eleitoral: análise de casos e mecanismos de legitimação democrática. **Justiça & Sociedade**, Porto Alegre, v. 3, n. 1, p. 271-320, 2018. DOI: <https://doi.org/10.15602/2525-3883/rjs.v3n1p271-320>. Disponível em: <https://www.metodista.br/revistas/revistas-ipa/index.php/direito/article/view/685/623>. Acesso em: 15 fev. 2021.

PERELMAN, Chaim; OLBRECHTS-TYTECA, Lucie. **Tratado de argumentação**: a nova retórica. Tradução de Maria Ermantina Galvão. 3. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2014.

PEREZ, Olívia Cristina. Relações entre coletivos com as Jornadas de Junho. **Opinião Pública**, Campinas, v. 25, n. 3, p. 577-596, set./dez. 2019. DOI: <https://doi.org/10.1590/1807-01912019253577>. Disponível em: [https://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0104-62762019000300577&script=sci\\_arttext](https://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0104-62762019000300577&script=sci_arttext). Acesso em: 14 fev. 2021.

PIAIA, Victor; ALVES, Marcelo. Abrindo a caixa preta: análise exploratória da rede bolsonarista no WhatsApp. **Intercom**: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação, São Paulo, v. 43, n. 3, p. 135-154, set./dez. 2020. DOI: <http://dx.doi.org/10.1590/1809-5844202037>. Disponível em: <https://www.scielo.br/pdf/interc/v43n3/1809-5844-interc-43-3-0135.pdf>. Acesso em: 17 jan. 2021.

PINKER, Steven. Steven Pinker: “Os populistas estão do lado sombrio da história”. [Entrevista cedida a] Jan Martínez Ahrens. **El País**, Brasil, 17 jun. 2018. Disponível em: [https://brasil.elpais.com/brasil/2018/06/07/eps/1528366679\\_426068.html](https://brasil.elpais.com/brasil/2018/06/07/eps/1528366679_426068.html). Acesso em: 20 jan. 2021.

POPPER, Karl. **O mito do contexto**: em defesa da ciência e da racionalidade. Tradução de Paula Taipas. Lisboa: Edições 70, 2009.

PORTAL IMPRENSA. Pesquisa aponta que mídia é a instituição menos confiável globalmente. **Portal Imprensa**, São Paulo, 28 mar. 2018. Disponível em: [https://portalimprensa.com.br/noticias/ultimas\\_noticias/80347/pesquisa+aponta+que+mídia+e+a+instituicao+menos+confiavel+globalmente](https://portalimprensa.com.br/noticias/ultimas_noticias/80347/pesquisa+aponta+que+mídia+e+a+instituicao+menos+confiavel+globalmente). Acesso em: 26 jan. 2021.

POYNTER. International Fact-Checking Network fact-checkers' code of principles. **Poynter**, St. Petersburg, FL, 26 Apr. 2019, s.p., tradução nossa. Disponível em: <https://www.poynter.org/ifcn-fact-checkers-code-of-principles/>. Acesso em: 14 fev. 2021.

PRIOR, Markus. **Post-broadcast democracy**: how media choice increases inequality in political involvement and polarizes elections. Cambridge, UK: Cambridge University Press, 2007.

PROPAGANDA político-eleitoral. **Revistas da EJE**, Brasília, 12 set. 2012. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/o-tse/escola-judiciaria-eleitoral/publicacoes/revistas-da-eje/artigos/propaganda-politico-eleitoral>. Acesso em: 8 jan. 2021.

PSAFE. 8,8 milhões de brasileiros foram impactados por notícias falsas no primeiro trimestre de 2018, estima dfndr lab. **Dfndr Lab**, maio 2018. Disponível em: <https://www.psafe.com/dfndr-lab/pt-br/brasileiros-noticias-falsas-2018>. Acesso em: 10 fev. 2021.

QUINTARELLI, Stefano. **Instruções para um futuro imaterial**. Tradução de Marcela Couto. São Paulo: Elevante, 2019.

RAIS, Diogo. *Fake news* e eleições. In: RAIS, Diogo (coord.). **Fake news**: a conexão entre a desinformação e o direito. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2018. p. 105-129.

RAIS, Diogo. Íntegra do “Painel 1 – Lei eleitoral e os limites da propaganda”. In: SEMINÁRIO INTERNACIONAL *FAKE NEWS* E ELEIÇÕES, 2019, Brasília. **Anais** [...]. Brasília: Tribunal Superior Eleitoral, 2019. p. 43-45. Disponível em: <https://www.justicaeleitoral.jus.br/desinformacao/arquivos/livro-fake%20news-miolo-web.pdf#page=43>. Acesso em: 12 jan. 2021.

RAIS, Diogo; FERNANDES NETO, Raimundo Augusto; CIDRÃO, Taís Vasconcelos. Psicologia política e as *fake news* nas eleições presidenciais de 2018. **Revista Democrática**, v. 6, p. 215-247, 2020.

RECUERO, Raquel da Cunha. Um estudo do capital social gerado a partir das redes sociais do Orkut e nos *weblogs*. **Revista Famecos**, Porto Alegre, v. 12, n. 28, 2005. DOI: <http://dx.doi.org/10.15448/1980-3729.2005.28.3340>. Disponível em: <https://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/3340>. Acesso em: 17 jan. 2021.

RIBEIRO, Fávila. **Direito eleitoral**. Rio de Janeiro: Forense, 1976.

ROSA, João Guimarães. **Grande sertão**: veredas. 19. ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2001.

ROSINA, Mônica. Íntegra do “Painel 5 – Mídias sociais no cenário eleitoral”. In: SEMINÁRIO INTERNACIONAL *FAKE NEWS* E ELEIÇÕES, 2019, Brasília. **Anais** [...]. Brasília: Tribunal Superior Eleitoral, 2019. p. 129-130. Disponível em: <https://www.justicaeleitoral.jus.br/desinformacao/arquivos/livro-fake%20news-miolo-web.pdf#page=129>.

eleitoral.jus.br/desinformacao/arquivos/livro-fake%20news-miolo-web.pdf#page=129.  
Acesso em: 12 nov. 2021.

ROSLING, Hans; ROSLING, Ola; RÖNNLUND, Aanna Rosling. *Factfulness*: o hábito libertador de só ter opiniões baseadas em fatos. Tradução de Vitor Paolozzi. São Paulo: Record, 2019.

ROSSI, Mariane. Mulher espancada após boatos em rede social morre em Guarujá, SP. **G1**, Santos, 5 maio 2014. Disponível em: <http://g1.globo.com/sp/santos-regiao/noticia/2014/05/mulher-espancada-apos-boatos-em-rede-social-morre-em-guaruja-sp.html>. Acesso em: 15 dez. 2019.

RUEDIGER, Marco Aurélio (coord.). **Desinformação nas eleições 2018**: o debate sobre *fake news* no Brasil. Rio de Janeiro: FGV DAPP, 2019. Disponível em: <https://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/handle/10438/29093>. Acesso em: 26 jan. 2021.

RUEDIGER, Marco Aurélio; GRASSI, Amaro (coord.). **Desinformação on-line e eleições no Brasil**: a circulação de links sobre desconfiança no sistema eleitoral brasileiro no Facebook e no YouTube (2014-2020). Rio de Janeiro: FGV DAPP, 2020. Disponível em: <https://hdl.handle.net/10438/30085>. Acesso em: 26 jan. 2021

SALVADOR, Pétala Tuani Candido de Oliveira *et al.* Uso do software IRAMUTEQ nas pesquisas brasileiras da área da saúde: uma *scoping review*. **Revista Brasileira em Promoção da Saúde**, v. 31, supl, p. 1-9, nov. 2018. DOI: <https://doi.org/10.5020/18061230.2018.8645>. Disponível em: <https://periodicos.unifor.br/RBPS/article/view/8645>. Acesso em: 26 jan. 2021.

SANTAELLA, Lucia. **A pós-verdade é verdadeira ou falsa?** Barueri: Estação das Letras e Cores, 2018.

SANTAELLA, Lucia. **Comunicação ubíqua**: repercussões na cultura e na educação. São Paulo: Paulus, 2013.

SANTAELLA, Lucia. **Temas e dilemas do pós-digital**: a voz da política. São Paulo: Paulus, 2016.

SANTOS JUNIOR, Marcelo Alves. **Desarranjo da visibilidade, desordem informacional e polarização no Brasil entre 2013 e 2018**. 2019. 399 f. Tese (Doutorado em Comunicação) – Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2019. Disponível em: <https://app.uff.br/riuff/handle/1/15381>. Acesso em: 12 fev. 2021.

SANTOS, Boaventura de Sousa. **A crítica da razão indolente**: contra o desperdício da experiência. São Paulo: Cortez, 2000.

SANTOS, Boaventura de Sousa. **A gramática do tempo**: para um a nova cultura. São Paulo: Cortez, 2006.

SANTOS, Boaventura de Sousa. Um discurso sobre as ciências na transição para uma ciência pós-moderna. **Estudos Avançados**, São Paulo, v. 2, n. 2, p. 46-71, 1988. DOI: <https://doi.org/10.1590/S0103-40141988000200007>. Disponível em: <https://www.scielo.br/pdf/ea/v2n2/v2n2a07.pdf>. Acesso em: 26 abr. 2021.

SAYAD, Alexandre. Idade Média: uma Idade Média às avessas. *In*: BARBOSA, Mariana (org.). **Pós-verdade e fake news**: reflexões sobre a guerra de narrativas. Rio de Janeiro: Cobogó, 2019. *E-book*.

SCHWABE, Jürgen. **Cinquenta anos de jurisprudência do Tribunal Constitucional Federal alemão**. Organização e introdução de Leonardo Martins. Tradução de Beatriz Hennig *et al.* Montevideo: Fundación Konrad-Adenauer, 2005.

SERRA, Paulo. O princípio da credibilidade na selecção da informação mediática. **Biblioteca On-Line de Ciências da Comunicação**, Covilhã, 2006. Disponível em: [http://www.compos.org.br/data/biblioteca\\_1027.pdf](http://www.compos.org.br/data/biblioteca_1027.pdf). Acesso em: 12 fev. 2021.

SETTON, Maria da Graça Jacintho. A teoria do *habitus* em Pierre Bourdieu: uma leitura contemporânea. **Revista Brasileira de Educação**, Rio de Janeiro, n. 20, p. 60-70, 2002. DOI: <https://doi.org/10.1590/S1413-24782002000200005>. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rbedu/a/mSxXfdBBqYy4mmn5m8pw/?lang=pt&format=pdf>. Acesso em: 20 fev. 2021.

SHANE, Tommy. The psychology of misinformation: why we're vulnerable. **First Draft**, London, 30 jun. 2020. Disponível em: <https://firstdraftnews.org/latest/the-psychology-of-misinformation-why-were-vulnerable/>. Acesso em: 3 jan. 2021.

SILVEIRA, Marilda de Paula. As novas tecnologias no processo eleitoral: existe um dever estatal de combate à desinformação nas eleições. *In*: ABOUD, Georges; NERY JR., Nelson; CAMPOS, Ricardo. **Fake news e regulação**. 2. ed. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2020. p. 295-321.

SILVEIRA, Sergio Amadeu. **Democracia e os códigos invisíveis**: como os algoritmos estão modulando comportamentos e escolhas políticas. São Paulo: Sesc, 2019.

SIMON, Herbert A. A behavioral model of rational choice. **Quarterly Journal of Economics**, v. 69, n. 1, p. 99-118, feb. 1955. DOI: <https://doi.org/10.2307/1884852>. Disponível em: <https://www.suz.uzh.ch/dam/jcr:fffff-fad3-547b-ffff-ffff0bf4572/10.18-simon-55.pdf>. Acesso em: 10 mar. 2021.

SOARES, Ricardo Mauricio Freire. **Hermenêutica e interpretação jurídica**. 4. ed. São Paulo: Saraiva Educação, 2019.

SODRÉ, Muniz. O facto falso do factóide às *fake news*. *In*: FIGUEIRA, João; SANTOS, Silvio (org.). **As fake news a e nova ordem (des)informativa na era da pós-verdade**. Coimbra: Universidade de Coimbra, 2019. p. 87-100.

SOUZA, Carlos Affonso de. **O futuro foi reprogramado**: como a tecnologia está transformando as leis, a política e os relacionamentos. Rio de Janeiro: Obliq, 2019.

SOUZA, Carlos Affonso de. Quem é o culpado pelo tsunami da desinformação? **Tilt**, [s. l.], 20 out. 2018. Disponível em: <https://tecfront.blogosfera.uol.com.br/2018/10/20/quem-e-o-culpado-pelo-tsunami-da-desinformacao/>. Acesso em: 26 jan. 2021.

SOUZA, Carlos Affonso de; PADRÃO, Vinicius. Quem lê tanta notícia (falsa)? Entendendo o combate contra as “fake news”. **ITS Rio**, Rio de Janeiro, p. 1-15, 2018. Disponível em:

<https://itsrio.org/wp-content/uploads/2018/06/quem-le-tanta-noticia.pdf>. Acesso em: 10 jan. 2021.

SOUZA, Jonatan Teixeira de. Comentário de decisão proferida pelo Tribunal de Justiça da União Europeia: o direito fundamental ao trabalho e a natureza jurídica da relação entre a Uber e seus motoristas na era da Covid-19. **Rev. Esc. Jud. TRT4**, Porto Alegre, v. 2, n. 4, p. 79-98, jul./dez. 2020. Disponível em: <https://rejtrt4.emnuvens.com.br/revistaejud4/article/view/91>. Acesso em: 26 jan. 2021.

STRECK, Lenio Luiz. Entre o ativismo e a judicialização da política: a difícil concretização do direito fundamental a uma decisão judicial constitucionalmente adequada. **Espaço Jurídico Journal of Law**, Joaçaba, v. 17, n. 3, p. 721-732, set./dez. 2016. DOI: <https://doi.org/10.18593/ejll.v17i3.12206>. Disponível em: <https://portalperiodicos.unoesc.edu.br/espacojuridico/article/view/12206/pdf>. Acesso em: 10 jan. 2021.

SUNSTEIN, Cass. **A verdade sobre os boatos**: como se espalham e por que acreditamos neles. Tradução de Márcio Hack. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

SUNSTEIN, Cass. Preferences and politics. **Philosophy and Public Affairs**, New York, v. 20, n. 1, p. 3-34, 1991. Disponível em: <https://www.jstor.org/stable/2265216>. Acesso em: 20 abr. 2021.

SUPPLE, Ben. Íntegra do “Painel 5 – Mídias sociais no cenário eleitoral”. In: SEMINÁRIO INTERNACIONAL *FAKE NEWS* E ELEIÇÕES, 2019, Brasília. **Anais [...]**. Brasília: Tribunal Superior Eleitoral, 2019. p. 126-129. Disponível em: <https://www.justicaeleitoral.jus.br/desinformacao/arquivos/livro-fake%20news-miolo-web.pdf#page=126>. Acesso em: 12 jan. 2021.

TARABORELLI, Dario. How the web is changing the way we trust. In: WAELBERS, Katinka; BRIGGLE, Adam; BREY, Philip. (ed.). **Current issues in computing and philosophy**. Amsterdam: IOS, 2008. p. 194-204.

TAVARES, Manuel. Reseña de “Epistemologias do Sul”, de Boaventura de Sousa Santos e Maria Paula Meneses (org.). **Revista Lusófona de Educação**, Lisboa, n. 13, p. 183-189, 2009. Disponível em: <https://www.redalyc.org/pdf/349/34912395011.pdf>. Acesso em: 10 abr. 2021.

THE ECONOMIST. Art of the lie. **The Economist**, London, 10 set. 2016. Disponível em: <https://www.economist.com/leaders/2016/09/10/art-of-the-lie>. Acesso em: 7 jan. 2021.

THOMPSON, John B. **Ideologia e cultura moderna**: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa. Tradução do Grupo de Estudos sobre Ideologia, Comunicação e Representações Sociais da Pós-Graduação do Instituto de Psicologia da PUCRS. 6. ed. Petrópolis: Vozes, 2002.

TIBURI, Marcia. **Ridículo político**: uma investigação sobre o risível, a manipulação da imagem e o esteticamente correto. Rio de Janeiro: Record, 2017.

TOFFOLI abre inquérito para apurar ameaças a ministros e ao Supremo. **Consultor Jurídico**, São Paulo, 14 mar. 2019. Disponível em: <https://www.conjur.com.br/2019-mar-14/toffoli-abre-inquerito-apurar-ameacas-ministros-tribunal>. Acesso em: 23 fev. 2021.

TOFFOLI, José Antonio Dias. *Fake news*, desinformação e liberdade de expressão. **Interesse Nacional**, Brasília, ano 12, n. 26, p. 9-18, 11 jul. 2019. Disponível em: <http://interesse-nacional.com.br/2019/07/11/fake-news-desinformacao-e-liberdade-de-expressao/>. Acesso em: 17 fev. 2021.

TOULMIN, Stephen Edelston. **Os usos do argumento**. Tradução de Reinaldo Guarany. São Paulo: Martins Fontes, 2001.

TSE ouve testemunha em ação sobre mensagens pró-Bolsonaro no WhatsApp. **Folha de S.Paulo**, São Paulo, 15 ago. 2019. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2019/08/tse-ouve-testemunha-em-acao-sobre-mensagens-pro-bolsonaro-no-whatsapp.shtml>. Acesso em: 26 jan. 2021.

TUROLLO JR., Reynaldo. Investigação eleitoral sobre disparos em massa pelo WhatsApp engatinha no TSE. **Folha de S.Paulo**, São Paulo, 18 jun. 2019. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2019/06/investigacao-eleitoral-sobre-disparos-em-massa-pelo-whatsapp-engatinha-no-tse.shtml>. Acesso em: 17 jan. 2021.

UNESCO. **Elections and media in digital times**. Paris: Unesco, 2019.

UNGER, Roberto Mangabeira. A constituição do experimentalismo democrático. **Revista de Direito Administrativo**, Rio de Janeiro, v. 257, p. 57-72, maio/ago. 2011. DOI: <https://doi.org/10.12660/rda.v257.2011.8584>. Disponível em: <http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/rda/article/view/8584/7322>. Acesso em: 10 abr. 2021.

VALENTE, Jonas. Brasil tem 134 milhões de usuários de internet, aponta pesquisa. **Agência Brasil**, Brasília, 26 maio 2005. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2020-05/brasil-tem-134-milhoes-de-usuarios-de-internet-aponta-pesquisa#>. Acesso em: 10 jan. 2021.

VAN ZOONEN, Liesbet. I-Pistemology: changing truth claims in popular and political culture. **European Journal of Communication**, London, v. 27, n. 1, p. 56-67, 2012. DOI: <http://dx.doi.org/10.1177/0267323112438808>. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0267323112438808>. Acesso em: 20 jan. 2021.

VARGAS LLOSA, Mario. **A civilização do espetáculo**: uma radiografia do nosso tempo e da nossa cultura. Tradução de Ivone Benedetti. Rio de Janeiro: Objetiva, 2013.

VATTIMO, Gianni. **Adeus à verdade**. Tradução de João Batista Kreuch. Petrópolis: Vozes, 2016.

VELLOSO, Carlos Mário da Silva; AGRA, Walber de Moura. **Elementos de direito eleitoral**. São Paulo: Saraiva, 2009.

VERBICARO, Loiane Prado. Um estudo sobre as condições facilitadoras da judicialização da política no Brasil. **Revista Direito GV**, São Paulo, v. 4, n. 2, p. 389-406, jul./dez. 2008. DOI:

<https://doi.org/10.1590/S1808-24322008000200003>. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rdgv/a/xw8SQHNmZc7PHw7hzzjdZbC/?lang=pt&format=pdf>. Acesso em: 10 mar. 2021.

VESTING, Thomas. A mudança na esfera pública pela inteligência artificial. *In*: ABBOUD; Georges, NERY JR., Nelson; CAMPOS, Ricardo (org.). **Fake news e regulação**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2018. p. 91-108.

VICENTE, Maximiliano Martin. Além da mídia e do marketing político: as eleições 2006. *In*: DOMINGOS, Adenil Alfeu *et al.* (org.). **Mídia e democracia**. São Paulo: Annablume, 2006. p. 79-92.

VOSOUGHI, Soroush; ROY, Deb; ARAL, Sinan. The spread of true and false news online. **Science**, Washington, DC, v. 359, n. 6380, p. 1146-1151, 2018. DOI: <http://dx.doi.org/10.1126/science.aap9559>. Disponível em: <http://science.sciencemag.org/content/359/6380/1146.full>. Acesso em: 17 fev. 2021.

WARDLE, Claire. Fake news. It's complicated. **First Draft News**, [New York], 16 Feb. 2017. Disponível em: <https://firstdraftnews.org/fake-news-complicated>. Acesso em: 17 fev. 2021.

WARDLE, Claire; DERAKHSHAN, Hossein. **Information disorder**: toward an interdisciplinary framework for research and policy making. Strasbourg: Council of Europe, 2017. Disponível em: <https://rm.coe.int/information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-researc/168076277c>. Acesso em: 17 fev. 2021.

WEBER, Max. Dos antecedentes do Gabinete Estratégico ao enfrentamento de novos desafios. *In*: WATERLOO, Estêvão André Cardoso (org.). **TSE nas eleições 2018**: um registro da atuação do gabinete estratégico pelo olhar de seus integrantes. Brasília: Tribunal Superior Eleitoral, 2020. p. 16-21.

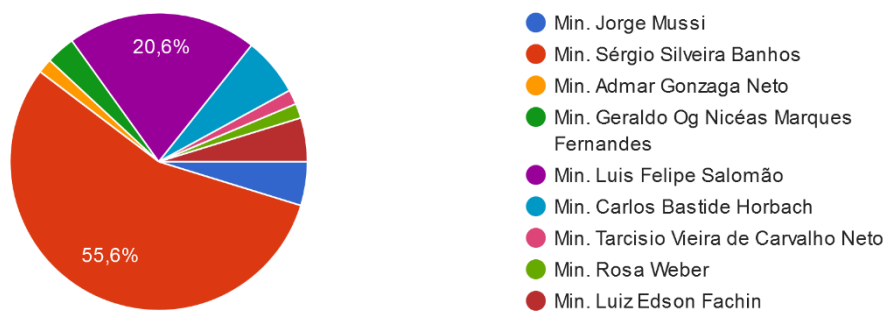
WHATSAPP. **Uso não autorizado de envio automático ou em massa de mensagens no WhatsApp**. Menlo Park, CA: WhatsApp LCC, [2020]. Disponível em: [https://faq.whatsapp.com/general/security-and-privacy/unauthorized-use-of-automated-or-bulk-messaging-on-whatsapp/?lang=pt\\_br](https://faq.whatsapp.com/general/security-and-privacy/unauthorized-use-of-automated-or-bulk-messaging-on-whatsapp/?lang=pt_br). Acesso em: 3 jan. 2021.

WOLTON, Dominique. **Informar não é comunicar**. Tradução de Juremir Machado da Silva. Porto Alegre: Sulina, 2011.



## APÊNDICE A – GRÁFICO RELATOR

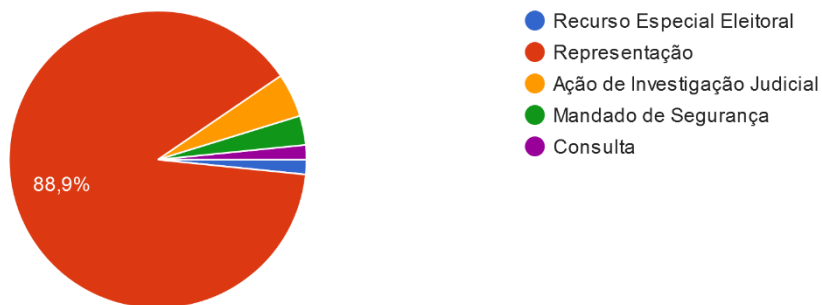
Relator  
63 respostas



## APÊNDICE B – GRÁFICO TIPO DE AÇÃO

Tipo de Ação

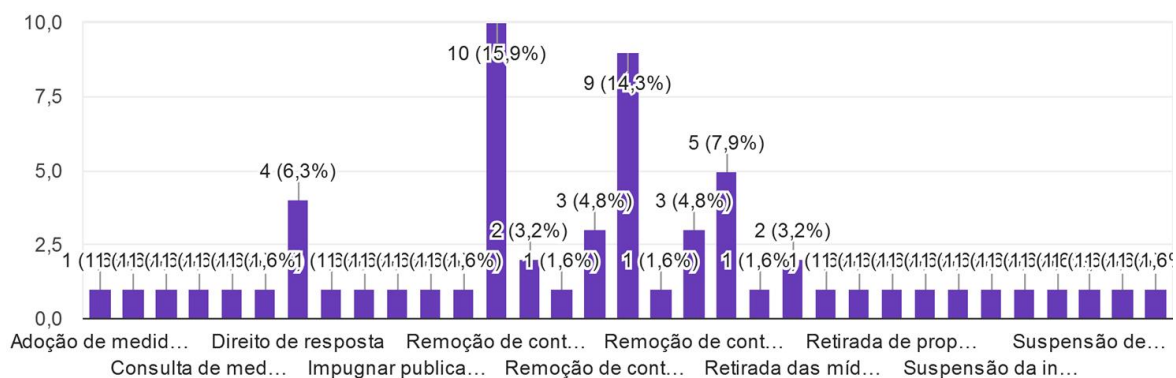
63 respostas



## APÊNDICE C – GRÁFICOS PEDIDO E RESULTADO

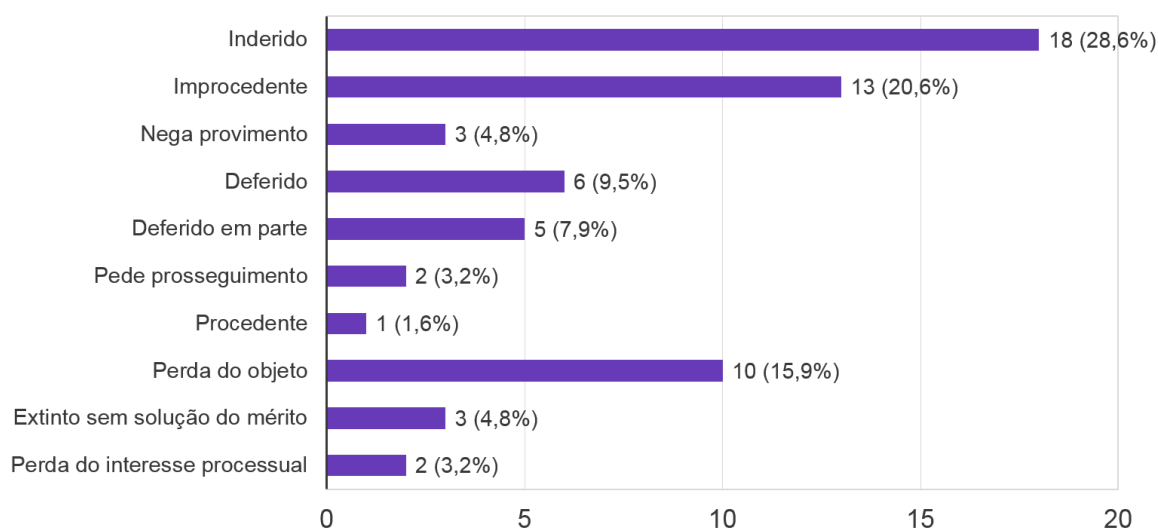
### Pedido

63 respostas



### Resultado

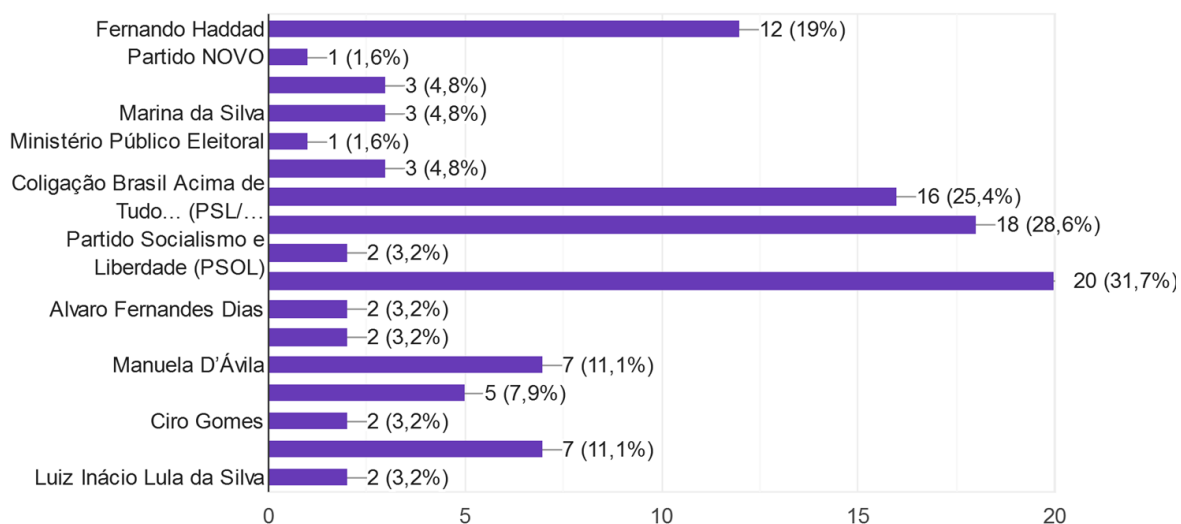
63 respostas



## APÊNDICE D – GRÁFICOS RECORRENTES E RECORRIDOS

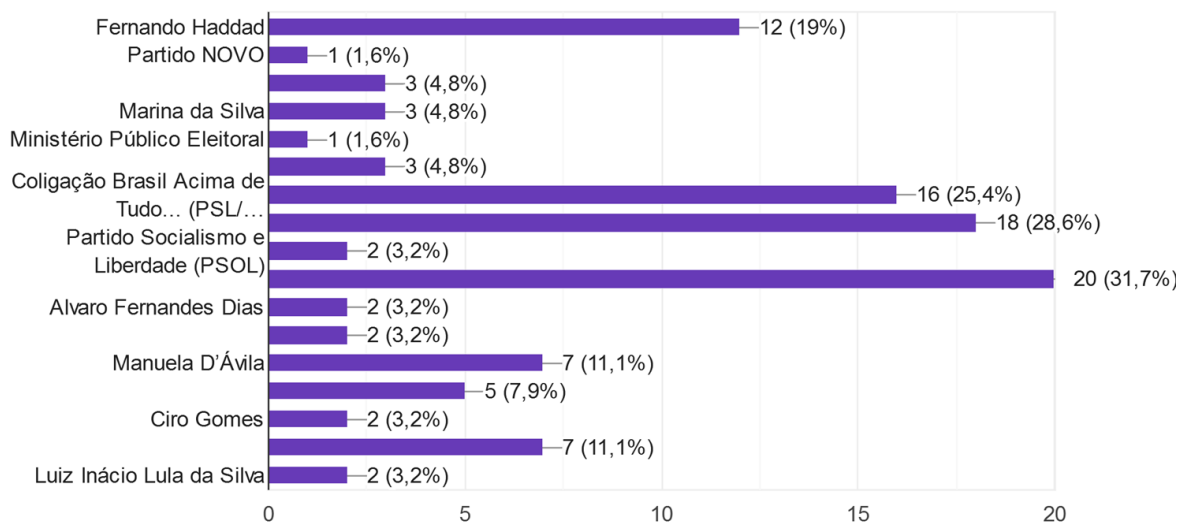
### Partes Recorrentes/ Representantes

63 respostas



### Partes Recorrentes/ Representantes

63 respostas



## APÊNDICE E – FORMULÁRIO DE PESQUISA NO GOOGLE DOCS

**Subject:** Formulário “Judicialização da verdade”

Está com problemas para ver ou enviar este formulário?

[PREENCHER NO FORMULÁRIOS GOOGLE](#)

Este é um convite para você preencher o formulário:

[Formulário sem título](#)

A Judicialização da verdade: o desafio do direito na era da desinformação

### Tipo de Ação \*

- Recurso Especial Eleitoral
- Representação
- Ação de Investigação Judicial
- Mandado de Segurança
- Consulta
- Outro:

### Data do julgamento \*

<input type="text"/>	<input type="text"/>	2020
----------------------	----------------------	------

### Partes Recorrentes/Representantes \*

- Fernando Haddad
- Partido NOVO
- Partido REDE Sustentabilidade
- Marina da Silva
- Ministério Público Eleitoral
- Partido Renovador Trabalhista Brasileiro (PRTB)
- Coligação Brasil Acima de Tudo... (PSL/PRTB)
- Jair Bolsonaro
- Partido Socialismo e Liberdade (PSOL)
- Coligação O Povo Feliz de Novo (PT/PCdoB/PROS)
- Alvaro Fernandes Dias
- Coligação Mudança de Verdade (PODEMOS/PSC/PTC/PRP)
- Manuela D'Ávila
- Coligação Brasil Soberano (PDT/AVANTE)
- Ciro Gomes

- Partido Democrático Trabalhista (PDT)
- Luiz Inácio Lula da Silva
- Outro:

**Partes Recorridas/Representadas \***

- Jair Bolsonaro
- Fernando Haddad
- Coligação O Povo Feliz de Novo (PT/PCdoB/PROS)
- Whatsapp
- Hamilton Mourão
- Amazon Technologies
- Twitter
- Facebook
- Associação Movimento Brasil (MBL)
- Coligação Brasil Acima de Tudo... (PSL/PRTB)
- Blog Plantão gospel
- Partido dos Trabalhadores (PT)
- Pessoas responsáveis pelas publicações
- Corregedor-Geral Eleitoral
- Folha da Manhã
- Portal Nordeste 1
- Publisher Brasil Editora
- Focus.Jor
- Portal Ceará News 7
- Jornal da Cidade Online
- O Diário Nacional
- Universo Online UOL
- BS Studios
- Upi Sports Bar
- Valve Corporation
- Ipsos Brasil Pesquisas
- Página O Brasil Feliz de Novo.
- Datafolha
- Blog Agência Caneta
- Página Brava Gente Brasileira
- Google
- Outro:

**Relator \***

- Min. Jorge Mussi
- Min. Sérgio Silveira Banhos
- Min. Admar Gonzaga Neto
- Min. Geraldo Og Nicéas Marques Fernandes
- Min. Luis Felipe Salomão
- Min. Carlos Bastide Horbach
- Min. Tarcisio Vieira de Carvalho Neto
- Min. Rosa Weber
- Min. Luiz Edson Fachin
- Outro:

**Pedido \*****Resultado \***

- Deferido
- Indeferido
- Perda do objeto
- Nega Provimento
- Improcedente
- Perda do direito da ação
- Negado seguimento
- Perda do interesse processual
- Extinto sem solução do mérito
- Provimento
- Procedente
- Deferido em parte
- Citação para defesa
- Pede prosseguimento
- Negado
- Desprovimento
- Não reconhecimento da Consulta
- Outro: