



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ
FACULDADE DE DIREITO
CURSO DE GRADUAÇÃO EM DIREITO**

SEVERINO CLAYTON LOURENÇO DA SILVA

**A INFLUÊNCIA DAS FAKE NEWS NAS ELEIÇÕES BRASILEIRAS NOS ANOS
DE 2018 A 2024: OS IMPACTOS DA DESINFORMAÇÃO NO PLEITO DE 2024 EM
FORTALEZA**

**FORTALEZA
2025**

SEVERINO CLAYTON LOURENÇO DA SILVA

**A INFLUÊNCIA DAS FAKE NEWS NAS ELEIÇÕES BRASILEIRAS NOS ANOS DE 2018
A 2024: OS IMPACTOS DA DESINFORMAÇÃO NO PLEITO DE 2024 EM FORTALEZA**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado
ao Curso de Graduação em Direito da
Faculdade de Direito da Universidade Federal
do Ceará, como requisito parcial para obtenção
do grau de licenciado em Direito.

Orientador: Prof.^a Dra. Raquel Ramos
Cavalcanti Machado

FORTALEZA

2025

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

S583i Silva, Severino Clayton Lourenço da.

A influência das fakenews nas eleições brasileiras nos anos de 2018 a 2024:os impactos da desinformação no pleito de 2024 em fortaleza / Severino Clayton Lourenço da Silva. – 2025.
48 f. : il. color.

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) – Universidade Federal do Ceará, Faculdade de Direito,
Curso de Direito, Fortaleza, 2025.

Orientação: Prof. Dr. Raquel Ramos Cavalcanti Machado.

1. Fakenews. 2. Eleições. 3. Democracia. 4. Desinformação. 5. Liberdade. I. Título.

CDD 340

SEVERINO CLAYTON LOURENÇO DA SILVA

A INFLUÊNCIA DAS *FAKENEWS* NAS ELEIÇÕES BRASILEIRAS NOS ANOS DE 2018
A 2024: OS IMPACTOS DA DESINFORMAÇÃO NO PLEITO DE 2024 EM FORTALEZA

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado
ao Curso de Graduação em Direito da
Faculdade de Direito da Universidade Federal
do Ceará, como requisito parcial para obtenção
do grau de licenciado em Direito.

Aprovado em: 07/03/2025

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dra.Raquel Ramos Cavalcanti Machado (Orientador)
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Prof. Dr.Andreyson Silva Mariano
Universidade Estadual do Ceará (UECE)

Prof. Me. Oton Fernandes Mesquita Júnior
Universidade Federal do Ceará (UFC)

AGRADECIMENTOS

A Deus.

Aos meus pais Zenaide e Lourenço, minha esposa Milena Karine e meus filhos Ycaro, Mariáh e Gael, pelo apoio incondicional e pelo incentivo, pelas vezes que não pude brincar com eles, ou viajar pra Quixeramobim e desfrutar da companhia deles. Amo vocês!

Tudo aquilo que se desenvolve é imperfeito".

(Marx, 1842, p. 43)

RESUMO

As *fakenews*, ou notícias falsas, tornaram-se um fenômeno global com impactos significativos em processos democráticos, incluindo as eleições. No Brasil, a disseminação de informações falsas ganhou destaque especialmente durante os pleitos eleitorais, influenciando a opinião pública, polarizando debates e desafiando as instituições democráticas. Esta monografia analisa o fenômeno das *fakenews* no contexto das eleições brasileiras no recorte temporal que compreende os anos 2018 a 2024, com um olhar especial para as eleições Municipais de Fortaleza no ano de 2024, explorando seus impactos, os desafios enfrentados para combatê-las e as estratégias adotadas por diferentes atores sociais, políticos e jurídicos. Esses eventos disruptivos das *fakenews* e da desinformação, ocorridos de modo mais intenso nos períodos de eleição, são analisados neste trabalho como fenômenos sociais e políticos, que conseguiu invadir casas e imaginários, sobretudo, por meio das redes sociais, com alargamento do uso de algoritmos específicos e bolhas digitais. Nossa pesquisa evidenciou que não há mais somente a imprensa produzindo e divulgando informações, mas, sim, todos aqueles que de alguma maneira existem no ambiente digital. Analisamos o papel da Justiça Eleitoral no combate às notícias falsas no contexto das eleições brasileiras. Exploramos as estratégias legais, operacionais e colaborativas adotadas pela instituição para mitigar os impactos da desinformação na democracia, destacando estudos de caso de processos eleitorais recentes (2018 e 2024). O estudo também aborda desafios relacionados à liberdade de expressão, limitações tecnológicas e a eficácia das medidas implementadas pelos Poderes Legislativos e Judiciários, evidenciando a necessidade de aprimoramento no que temos atualmente para combater a disseminação de informações falsas, uma vez que as soluções encontradas no momento não oferecem respostas concretas e eficazes para o combate às *fakenews*. Concluímos portanto, que embora tenhamos avançado no enfrentamento às *fakenews*, a dinâmica de comportamento de quem as dissemina supera as intervenções realizadas pelo judiciário, dado o rito processual a ser seguido, bem como as alterações propostas pelo legislativo, consideradas as tensões ocorridas nos embates partidários, além do fator ideológico. Desse modo, urge criar mecanismos mais aprimorados no enfrentamento à circulação de mensagens com conteúdos inexatos, atualizar as leis e envidar esforços para que as instituições democráticas voltem a ter a credibilidade necessária diante da população, sendo efetivamente capazes de atuar no combate à criminalidade das *fakenews*.

Palavras-chave: fakenews; eleições; democracia; desinformação; liberdade.

ABSTRACT

Fake news has become a global phenomenon with significant impacts on democratic processes, including elections. In Brazil, the dissemination of false information has gained prominence especially during elections, influencing public opinion, polarizing debates and challenging democratic institutions. This monograph analyzes the phenomenon of fake news in the context of Brazilian elections in the time frame that includes the years 2018 to 2024, with a special focus on the Municipal elections of Fortaleza in the year 2024, exploring its impacts, the challenges faced to combat it and the strategies adopted by different social, political and legal actors. These disruptive events of fake news and disinformation, which occurred more intensely during election periods, are analyzed in this work as social and political phenomena, which managed to invade homes and imaginations, especially through social networks, with the expansion of the use of specific algorithms and digital bubbles. Our research showed that it is no longer just the press that produces and disseminates information, but rather all those who exist in some way in the digital environment. We analyzed the role of the Electoral Court in combating fake news in the context of the Brazilian elections. We explored the legal, operational and collaborative strategies adopted by the institution to mitigate the impacts of disinformation on democracy, highlighting case studies of recent electoral processes (2018 and 2024). The study also addresses challenges related to freedom of expression, technological limitations and the effectiveness of measures implemented by the Legislative and Judicial Branches, highlighting the need to improve what we currently have to combat the dissemination of false information, since the solutions found at the moment do not offer concrete and effective responses to combat fake news. We therefore conclude that although we have made progress in combating fake news, the dynamics of the behavior of those who disseminate it outweigh the interventions carried out by the judiciary, given the procedural rules to be followed, as well as the changes proposed by the legislature, considering the tensions that occur in partisan conflicts, in addition to the ideological factor. Therefore, it is urgent to create more advanced mechanisms to combat the circulation of messages with inaccurate content, update the laws and make efforts to ensure that democratic institutions regain the necessary credibility before the population, being effectively capable of acting in the fight against the criminality of fake news.

Keywords: fake news; elections; democracy; disinformation; freedom.

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	8
2	O FENÔMENO DAS FAKE NEWS	11
2.1	Definição e características	11
2.2	Contexto Global	12
2.3	Contexto Brasileiro	12
3	IMPACTOS DAS FAKE NEWS NAS ELEIÇÕES BRASILEIRAS...	14
3.1	Influência na Formação do Voto.....	14
3.2	Polarização Política.....	16
3.3	Desconfiança nas Instituições.....	17
4	DESAFIOS NO COMBATE ÀS FAKE NEWS.....	20
4.1	Velocidade vs. Verificação.....	20
4.2	Liberdade de Expressão vs. Regulação.....	21
5	ESTRATÉGIAS DE COMBATE ÀS FAKE NEWS.....	27
5.1	Iniciativas Legislativas e Ações Judiciais.....	27
6	ELEIÇÕES MUNICIPAIS EM FORTALEZA 2024 E ÀS FAKE NEWS.....	34
6.1	Esquerda x Direita: e a Democracia?.....	34
6.2	Ações Práticas tomadas pela Justiça Eleitoral.....	36
7	CONSIDERAÇÕES FINAIS	43
	REFERÊNCIAS	45

1 INTRODUÇÃO

O processo de democratização da informação tão ansiado por todos que defendem o acesso livre as tecnologias digitais, impulsionado pela internet e pelas redes sociais, trouxe consigo novos desafios para a sociedade. A possibilidade de expressar-se atrás de uma tela permitiu que milhares de cidadãos anônimos pudessem ter voz, fato este jamais imaginado na história recente do Brasil, dada a rapidez com que as informações fluem.

Ante a necessidade intrínseca do ser humano de comunicar-se e relacionar-se com outras pessoas, surge o ato de partilhar a vida num ambiente virtual, no qual às interações podem ser feitas entre indivíduos do mundo todo, em tempo real, quase que simultaneamente.

Assim, as redes sociais teoricamente atuam como facilitadoras neste processo, por meio de conexões sociais feitas entre pessoas capazes de construir relacionamentos com base em interesses, afinidades, objetivos comuns, entre outros.

Esse “microfone virtual”¹ denominado ciberespaço, trouxe consigo boas experiências e bons exemplos, como campanhas de combate ao racismo, o respeito à diversidade, entre outras ações que foram geradas através da conexão virtual. Todavia, a web também permitiu a dissipação de notícias e dados que desfiguram a realidade ou dela são desconexos. Entre eles, destaca-se a propagação de *fakenews*, que se caracterizam pela disseminação de informações sabidamente falsas ou distorcidas com o intuito de manipular a opinião pública. Em nosso caso, que pesquisamos a influência das *fakenews* no processo eleitoral brasileiro entre os anos de 2018 a 2024, e podemos constatar que essa divulgação de falsas notícias, visa interferir diretamente na condução das ações que são articuladas pelos governos através da manipulação de informações, remetendo a um ambiente de instabilidade política, social e por conseguinte, econômica para o país.

Pensar os processos eleitorais num ambiente democrático nos permite criar um cenário favorável ao desenvolvimento do país como um todo, pois potencializa a liberdade de escolha através do voto, que se expressa no respeito aos direitos fundamentais. Na compreensão de que o uso das mídias sociais deve ser norteado por preceitos que articulam dimensões éticas, legais, educacionais e didático-pedagógicas nos propomos a debater o tema como forma de contribuição social de nossa formação acadêmica e pela relevância material e histórica que nos possibilita redimensionar o papel do bacharel em Direito para além da simples leitura da Lei.

¹ A analogia do microfone com as mídias sociais se dá pelo fato de que qualquer cidadão que tenha acesso a internet pode criar ou repassar uma mensagem que entenda ser conveniente.

Nessa perspectiva, a presente pesquisa justifica-se no sentido de que discutir e propor questões sobre as consequências reais da disseminação de *fakenews* nas eleições brasileiras, nos permite enquanto cidadãos, impelir que haja uma interação mais participativa entre os Poderes do Estado (Executivo, Legislativo e Judiciário) e o eleitor, além de atender aos princípios constitucionalmente preconizados acerca da liberdade, da participação popular, do voto e da dignidade da pessoa humana, que é o objetivo final buscado e a ser defendido na carta constitucional originária de 1988.

Nesse sentido, o objetivo do presente trabalho é de verificar se as medidas tomadas pelos Poderes Legislativo e Judiciário albergam, de forma satisfatória, os anseios sociais para coibir as *fakenews* de maneira eficaz, desestimulando a repetição desse comportamento, seja através da criação de leis mais rígidas, seja pela celeridade nos exames processuais.

Para responder a questão intencionada acima, conduziu-se uma pesquisa de abordagem qualitativa e exploratória, uma vez que se buscou aplicar um olhar contextualizado sobre o tema compreendendo tanto do ponto de vista geral quanto aproximativo. O aspecto procedural de coleta de dados ancorou-se no método documental com suporte bibliográfico, valendo-se da leitura e análise de artigos, dissertações, teses e livros disponíveis nas plataformas virtuais.

Quanto à natureza comprehende-se como propositiva (aplicada), pois visa apresentar propostas exequíveis com aplicação prática, que consigam ajudar na resolução do problema encontrado.

Examinadas as resultantes acerca do que a desinformação propositalmente difundida traz para a sociedade, isso no motivou a responder as seguintes indagações:

- a) Quais as repercussões das *fakenews* na vida do agente que sofre a mácula?
- b) Quais as influências no voto do cidadão comum?
- c) Que ações são tomadas com a finalidade de barrar essa difusão de falsos dados? Essas medidas são eficazes numa análise concreta?

O trabalho foi dividido em cinco partes. Reservou-se o primeiro tópico para tratar sobre a definição e contextualização acerca da temática *fakenews* no mundo e no Brasil. No segundo analisou-se o impacto das *fakenews* nas eleições brasileiras, sua influção no voto direto, além de aspectos que subsidiam a utilização de fatos inverídicos em sua totalidade ou parcialidade durante as disputas eleitorais. No terceiro ponto, abordamos quais são os principais desafios das instituições democráticas brasileiras para repelir as *fakenews*, para

tanto, discutimos também a necessidade de regular o uso das mídias digitais na web. O quarto capítulo trouxe ações práticas do Legislativo e do Judiciário para frear e penalizar que se utiliza de informações falsas para obter alguma vantagem nas eleições. Em nosso último capítulo, abordamos o caso concreto das eleições municipais em Fortaleza, ocorridas no ano de 2024, demonstrando como a prática de espalhar falsas notícias é marca presente e forte também na capital Alencarina.

No Brasil, o fenômeno das *fakenews* ganhou proporções consideráveis especialmente durante os ciclos eleitorais recentes, pois para além de desnudar a imagem do concorrente político, há uma tentativa de colocar em xeque a integridade do processo democrático e a confiança nas instituições que compõem o sistema eleitoral. Esse movimento de intervenção caótica na realidade através de inserção de mentiras, tenta a todo custo modificar os rumos do Estado ao tentar justapor-se a partir de narrativas fictas que tem o único propósito de vencer as disputas eleitorais, mesmo que degradando o próprio sistema.

2 O FENÔMENO DAS *FAKENEWS*

2.1 Definição e Características

Fakenews são informações falsas ou manipuladas, criadas e disseminadas com o objetivo de enganar o público. Elas podem ser totalmente inventadas ou baseadas em fatos reais distorcidos. Sua propagação é facilitada pelas redes sociais, onde a velocidade de compartilhamento supera a verificação dos fatos.

Segundo Torquato (2013):

Uma comunidade de públicos exerce uma consciência crítica, tem harmonia de interesses, discute racionalmente as questões, e seus interlocutores integram-se no feedback da comunicação simultânea. Na sociedade de massas, essas condições são impossíveis. A massa não tem autonomia em relação às fontes e o discurso massivo não permite feedback imediato. (Torquato, 2013, p. 84).

Nesse sentido, trazendo para as disputas eleitorais as redes sociais digitais exercem papel extremamente importante por conferirem aos usuários a oportunidade de acompanhar em tempo real as idéias, projetos e dia a dia dos candidatos, nos remetendo a indagar de que maneira essas redes interconectas pela interação social podem influenciar nos resultados de uma eleição? Há possibilidade de quantificar o impacto de uma mentira contada repetidas vezes na web para difamar a imagem de um candidato ou partido?

Fazendo uso das palavras de Diogo Rais e Estela Rocha Sales (2020, p. 438), teríamos o seguinte conceito de *fakenews* para o Direito

Talvez um conceito aproximado do direito, porém distante da polissemia empregada em seu uso comum, poderia ser identificada como uma mensagem propositalmente mentirosa capaz de gerar dano efetivo ou potencial em busca de alguma vantagem.

No mesmo sentido, diz Renê Moraes da Costa Braga (2018, p. 205):

A divulgação de notícias falsas ou mentirosas é fenômeno conhecido internacionalmente como “fake News” e pode ser conceituado como a disseminação, por qualquer meio de comunicação, de notícias sabidamente falsas com o intuito de atrair a atenção para desinformar ou obter vantagem política ou econômica.

Estas notícias falsas possuem capacidade de se espalharem de forma fácil e acelerada. Elas apelam para a emoção do leitor ao serem consumidas, quase sempre são sensacionalistas, e por essa razão são transmitidas sem que as pessoas confirmem a

veracidade e a confiabilidade daquele conteúdo. Normalmente estão relacionadas às notícias polêmicas, de cunho político ou de grande relevância para a sociedade.

2.2 Contexto Global

O fenômeno das *fakenews* ganhou notoriedade global após as eleições presidenciais dos Estados Unidos em 2016, quando se constatou a interferência de agentes estrangeiros na disseminação de desinformação. Outros países como o Reino Unido têm enfrentado desafios semelhantes como o caso do Brexit, que trouxe impactos significativos na escolha e votação do referendo que iniciou a saída do país da União Européia.

Embora cada país apresente suas especificidades em seus processos eleitorais, a transmissão de informações inverídicas associada à utilização e violação de dados dos usuários por grandes empresas de mídia, aparecem como uma ação cíclica, contribuindo para implosão ou ascensão de candidaturas ou decisões coletivas e constituindo alicerces semelhantes para deslegitimar governos democraticamente eleitos.

2.3 Contexto Brasileiro

Na perspectiva de tentar frear esse comportamento, a legislação brasileira cria a lei nº 13.488/2017 (Brasil, 2017), promovendo uma reforma no ordenamento político-eleitoral, visando trazer atualizações para as normas eleitorais, de forma a adaptar as regras para o marketing político no ambiente virtual, sobretudo nas mídias sociais. Há uma expressa proibição quanto ao uso de dispositivos ou programas (até mesmo robôs virtuais) que distorcem a repercussão de conteúdo. Além disso, a lei também traz importantes dispositivos que visam garantir a lealdade nas campanhas eleitorais, com algumas regras válidas já para as campanhas feitas em 2018. Um desses dispositivos diz respeito ao combate aos perfis falsos (*fakes*) e proíbe a veiculação de conteúdos de cunho eleitoral por meio de cadastro em serviços online com a intenção de falsear identidade, ficando proibido o uso de impulsionamento de campanhas que vise somente denegrir a imagem de outros candidatos ou partidos. Essa estratégia desonesta de criar conteúdos depreciativos para atingir um candidato, partido ou coligação passa a ser sancionadas com multas ou ainda o enquadramento da ação como crime eleitoral.

Mesmo tendo no Brasil leis como o Marco Civil da Internet (Lei nº. 12.965 de 23 de abril de 2014) que versa sobre os princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da

internet no Brasil, além do próprio Código Penal, que tratará dos crimes contra honra, as especificidades dos pleitos eleitorais exigiam uma legislação que atingisse aqueles indivíduos que querem a todo custo estar no poder, mesmo que estejam alicerçados em mentiras e crimes.

Embora tenha criado várias ferramentas jurídicas para combatê-las, as fake news acentuam sua força durante as disputas políticas nas eleições de 2018, quando campanhas coordenadas nas redes sociais foram utilizadas para difamar candidatos, espalhar teorias conspiratórias e manipular a opinião pública.

Dessa maneira, as *fakenews* podem apresentar uma narrativa unilateral para fomentar as opiniões, “fatos” e pontos de vista, pois, com um simples rumor de uma fonte teoricamente “confiável” é possível desmerecer uma empresa e em casos extremos derrubar um governo, ou comover uma nação inteira com inverdades (Paula; Blanco; Silva, 2018, p. 96).

Essa relação de causalidade entre disseminar informações sabidamente falsas, frente às possibilidades de respostas práticas da Justiça Eleitoral brasileira, parece viabilizar a conduta de vários candidatos que continuam a crer na possibilidade desse tipo de ação, uma vez que esse cenário se repetiu, com nuances, em 2022 e 2024, evidenciando a persistência do problema.

Evidentemente que assim como todo crime, as *fakenews* também passam por um processo de refinamento, de sofisticação em sua implementação, isso significa que os infratores buscam alternativas para dissipar informações que falseiam a realidade e tentam a todo custo, se esconder atrás da tela do computador ou dos smartphones, na intenção de burlar as reações do sistema eleitoral quanto à identificação e punição dos responsáveis.

“Por maior que seja a rede de falsidade que um experimentado mentiroso tenha a oferecer, ela nunca será suficientemente grande para cobrir toda a imensidão dos fatos, mesmo com a ajuda de um computador” (Arendt apud Nascimento 2015, p.31). Embora não tenha idealizado o surgimento de uma rede mundial de computadores, nem mesmo a massificação de dados em nossa sociedade atual, Hannah Arendt foi brilhante ao notar a possibilidade de a mentira ser organizada com a ajuda da tecnologia.

A análise aprimorada acerca da problemática posta em questão neste trabalho de conclusão de curso coloca em pauta a importância de vivenciaros eleições “limpas”, e que apontem para o pleno exercício da democracia e cidadania. Para isso a utilização da internet e das mídias sociais no processo eleitoral, devem espelhar o reflexo da inovação na liberdade de expressão e na busca por mais direitos e melhores gestores.

3 IMPACTOS DAS FAKE NEWS NAS ELEIÇÕES BRASILEIRAS

3.1 Influência na Formação do Voto

Os impactos provocados pela opinião pública possuem relação direta com a sociedade de massas, nas quais muitas vezes há uma propensão para falta de um olhar mais crítico sobre o que se lê e o que se ouve, mesmo se a considerarmos como uma sociedade imersa em notícias, anúncio e mensagens. Por conseguinte, é de fundamental importância identificar a reação da massa diante dos fatos a serem apresentados.

O modelo de negócios da Big Tech funciona de tal maneira que deixa de ser relevante se as mensagens disseminadas são verdadeiras ou falsas. Tudo o que importa é se elas viralizam (ou seja, se geram números recorde de cliques e curtidas), uma vez que é pela análise de nossos cliques e curtidas, depurados em retratos sintéticos de nossa personalidade, que essas empresas produzem seus enormes lucros. Verdade é o que gera mais visualizações. Sob a ótica das plataformas digitais, as *fake news* são apenas as notícias mais lucrativas. (Morozov, 2018, p.7).

Anteriormente as “bigtechs”², o papel de difundir opiniões, com certo de interesse, era das empresas de telecomunicações tradicionais como emissoras de televisão e rádio. A elas era incumbida a missão de massificar notícias, levando as legiões de expectadores, embora numa velocidade menor que a internet, um misto de análise com um grau de alienação política questionável. Isso porque como afirma Torquato, não há espaço para feedback, o papel das mídias tradicionais era dispor a informação conforme suas fontes e leituras políticas em um modelo de hierarquização muito bem explicitado. Havia então uma mensagem enviada para milhões de pessoas, que deveriam apenas digerir ou servir como meros expectadores.

Segundo Torquato:

A opinião pública é determinada, então, por fatores de ordem psicológica, sociológica e histórica. Os fatores psicológicos abrigam as atitudes pessoais e grupais, as crenças e ideologias, os campos das emoções e da razão. Há nas pessoas uma base em que estão devidamente guardados e arquivados as suas crenças, estereótipos, valores e princípios e, consequentemente, as suas propensões para aceitar e/ou rejeitar outras crenças e valores. Inconsciente e consciente mesclam-se no exercício rotineiro de percepção, interpretação e valoração de acontecimentos e pessoas. (Torquato, 2013, p.92).

² As big techs são grandes empresas de tecnologia e inovação dominantes no mercado. Funcionam por meio da coleta e processamento de dados e do desenvolvimento de bens e serviços inovadores que atendem as demandas da sociedade e de outros agentes econômicos.

Para Moura (2019), o Brasil de 2018 entrou na era moderna de discussão sobre comunicação política e, com isso, impulsionaram-se outros seguimentos, como por exemplo, a utilização de smartphones, pois o acesso a esse tipo de tecnologia aumentou consideravelmente no Brasil. O autor relata ainda que:

Segundo pesquisa realizada em 2018 pela FGV, naquele ano, o país já superava a marca de 220 milhões de celulares ativos dessa categoria.

Os brasileiros acessaram a internet via smartphone em média 30 vezes por dia, e a maioria absoluta utiliza o celular para dialogar e acompanhar grupos de discussão.

Das 120,7 milhões de pessoas que acessaram a internet em maio, junho e julho de 2018, 49% utilizaram celulares. Enquanto 99% da classe A têm acesso à internet, 69% o têm na classe C. Nas classes D e E, o alcance chega a 30%, dos quais 80% se conectam por meio do celular. De acordo com o IBGE, 138 milhões de brasileiros têm celular, de uma população total de 209,3 milhões. (Moura, 2019, p. 112).

Esses dados implicam num ponto chave para entendermos a dinâmica das *fakenews*, visto a quantidade de aparelhos celulares que estão habilitados em nosso país. Some-se a este número imenso de smartphones, a popularização da internet e o uso de aplicativos de fácil manuseio, que permitem o compartilhamento de mensagens de texto e voz, sendo este último formato o mais popular, pois permite que mesmo as pessoas não alfabetizadas formalmente enviem e recebam dados no formato de áudio, o que acaba por gerar uma comunicação mais horizontal e mais rápida.

Nesta conjuntura as *fakenews* têm o potencial de influenciar a decisão do eleitor, especialmente quando reforçam crenças pré-existentes ou exploram emoções como medo e indignação.

Apesar do baixo índice de notebooks e desktops na vida dos brasileiros, o país, que tem 210,1 milhões de habitantes³, é um dos maiores consumidores de mídias sociais do mundo. Os números do Facebook mostram o salto de 111 milhões de usuários ativos por mês em 2016 para 127 milhões em 2018 no Brasil, sendo que 90% acessam suas contas via celular (Oliveira, 2018). Em relação ao Whatsapp, em 2017, o mensageiro móvel reunia 120 milhões de usuários no Brasil - dois anos antes, em 2015, a adesão era de 100 milhões (Roncolato, 2017). Em 2020, o aplicativo comemorou o fato de ter ultrapassado a marca de dois (02) bilhões de usuários conectados em todo o mundo

Essa difusão no número de usuários foi acompanhada de uma percepção que mostra que ao tempo em que as pessoas estão mais conectadas, a confiança em relação às notícias e às instituições democráticas tem mostrado declínio nos últimos anos. No primeiro

³ Disponível em <https://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2019/08/28/ibge-populacaobrasileira-210-milhoes.htm>.

caso, o monitoramento do Instituto Reuters afirma que somente 48% dos brasileiros confiavam em informações obtidas via notícias no ano de 2018, o que foi lido como reflexo da polarização política em ano eleitoral (Newman et al., 2019). Além disso, a pesquisa mostrou que os celulares são os meios pelos quais as pessoas acessam a internet no Brasil, o que reforça os dados supracitados da TIC Domicílios 2018. Para os autores, o fato de os brasileiros usaremativamente as mídias sociais para se informar e se comunicar favoreceu a disseminação de “informações imprecisas durante as eleições” (Newman et al., 2019).

Isso explica porque durante as eleições brasileiras, mensagens falsas sobre candidatos e propostas políticas foram amplamente compartilhadas, afetando a percepção dos eleitores. Evidenciando assim que as fake news têm o potencial de influenciar a decisão do eleitor, especialmente quando reforçam crenças pré-existentes ou exploram emoções como medo e indignação.

3.2 Polarização Política

A utilização de plataformas sociais como o Facebook, Twitter, Youtube, Instagram e Whatsapp ampliaram os relatos acerca dos acontecimentos políticos, sugestionando cada vez mais a necessidade de analisar as notícias na perspectiva de saber se são verdadeiras ou falsas. Essa dinâmica de pluralidade e diversidade midiática online tem ganhado novos contornos não apenas por pautar mais enfaticamente o debate sobre *fakenews*, mas por também lançar luz aos chamados “partisan media” (canais de informação altamente ideológico) que são seminais para entender os processos de manipulação informativa e de difusão de conteúdo extremista. Os chamados canais ou blogs se concretizam para direcionar todos os tipos de conteúdos e dados para seu público específico, nos quais a narrativa vem sempre de maneira apropriada, como se fora um prato de comida remodelado. E recriando a realidade através de discursos descompromissados e cheios de ódio, o processo que deveria ser de disputa argumentativa e crítica transforma-se num instrumento que ajuda a endossar, formar ou converter opiniões e crenças político-ideológicas.

É desta forma que a disseminação de *fakenews* contribuiu para a intensificação da polarização política no Brasil. Ao criar narrativas extremistas e descredibilizar adversários, as notícias falsas aprofundaram divisões sociais e dificultaram o diálogo democrático.

Importante ressaltar, que as redes sociais são mais coesas ideologicamente que outros meios de comunicação tradicional, especialmente por conta da possibilidade do usuário poder sinalizar para as plataformas quais temas ele quer ou não ter contato. Vejamos então o

que nos diz Barberá: “Quando se trata de questões explicitamente políticas, indivíduos são claramente mais propensos a transmitir informações recebidas de fontes ideologicamente afins do que as recebidas de fontes dessemelhantes”¹⁵¹ (Barberá *et al.*, 2015, p. 1540).

Isso denota a facilidade com que o indivíduo compartilha mensagens, histórias e notícias em mídias digitais têm reconfigurado à cultura cívica online em uma perspectiva negativa, segundo Chadwick e Vaccari (2019), porque tem dado visibilidade para aqueles que promovem discursos intolerantes e que promovem o conflito entre grupos sociais e culturais. Para os autores, há indivíduos que, ao compartilharem informações, deslegitimam o jornalismo para ofuscar o teor fraudulento do conteúdo que publica; que não se dão conta de que dada história é falsa ou enganosa, mas são convencidas delas por “sinais de autoridade”; e ainda os que já partem do pressuposto de que os cidadãos não são capazes de emitir opinião política significativa e distribuem informações fraudulentas para “distrair e confundir” ou para “afastar os mínimos entendimentos compartilhados exigidos para a discussão política” (Chadwick; Vaccari, 2019, p. 7).

3.3 Desconfiança nas Instituições

A proliferação de desinformação também minou de certo ponto, a confiança nas instituições democráticas, incluindo o Tribunal Superior Eleitoral (TSE) e a imprensa. Campanhas de desinformação questionaram a legitimidade do processo eleitoral, das urnas eletrônicas, além da difusão da idéia de fraude nos resultados dos pleitos eleitorais, gerando um grave quadro de crise de credibilidade para a Justiça Eleitoral.

Num estudo de caso focado nas *fakenews* sobre “fraude nas urnas” que circularam nas eleições de 2018 do Brasil, restou demonstrado que a maior parte dessas histórias foi difundida por páginas e perfis que defendiam idéias de conservadorismo de direita, entre eles, bandeiras de patriotismo e de intervencionismo militar, pautas mais freqüentes do contexto atual brasileiro (Dourado; Gomes, 2018).

A circulação de *fakenews* nos dias atuais pode ser compreendida como reflexo de um ambiente informativo altamente radicalizado e particularmente disseminado pela extrema direita brasileira.

Evidentemente que os escândalos políticos e econômicos, além de decisões bastante discutíveis do ponto de vista do Direito, alicerçaram todo o cenário para a ascensão de um sentimento anti-político e de descredibilidade no poder judiciário. Esse panorama de descrédito do cidadão para com o Estado em seus mais variados poderes dá-se pelo que

chamamos de “falso pertencimento democrático”, ou seja, não há um sentimento de interseção entre o que o cidadão mais humilde, mais pobre e menos instruído anseia e as decisões reais dos políticos e do judiciário em causar impactos positivos para as massas.

Segundo Moisés (1990, p.02):

É um eleitor despossuído, não apenas muito pobre, mas com baixíssima escolaridade e precário acesso à informação política qualificada, e isto apesar da intensa exposição aos meios de comunicação de massa (televisão e rádio); caracterizando-se, por isso mesmo, como um eleitor protestante, pois, não obstante sua crescente adesão ao regime democrático sente-se pouco eficaz na política, não somente em função do “abismo” sócio-econômico acima referido, mas principalmente pela sensação de que o Estado omite-se na solução dos problemas estruturais que reproduzem esta exclusão, e, daí, a generalizada reivindicação de reformas radicais sobre o controle do Estado e a crítica ao caráter privatista da atuação dos parlamentares e instituições políticas (Congresso, Assembléias Legislativas, Câmaras Municipais) que na opinião quase unânime deveriam se pautar somente pelo interesse público.

Embora o trecho acima citado seja dos anos 1990, podemos perceber quão atual ele ainda é, pois do ponto de vista estrutural, pouca coisa mudou. Parece-nos que o exercício da cidadania somente ocorre nos períodos eleitorais, quando há um olhar diferente as classes menos abastadas.

Nesse entremeio, a construção de “realidades paralelas” se configura através das fake news acentuando ainda mais a desconfiança nas instituições políticas e jurídicas.

Traremos a baila o trecho de uma decisão do Ministro Carlos Horbach que envolve fake news, governo, eleição e judiciário:

A controvérsia a ser dirimida em sede de cautelar se resume a determinar se o livro “Aparelho Sexual e Cia.” integrava, ou não, o conjunto de materiais didáticos associados ao projeto “Escola sem Homofobia”, tendo sido distribuído pelo Ministério da Educação às escolas públicas brasileiras. Nesse particular aspecto, o próprio Ministério da Educação já registrou, em diferentes oportunidades, que a publicação em questão não integra a base de livros didáticos distribuídos ou recomendados pelo Governo federal. Mais recentemente, ante a permanente polêmica suscitada nas redes sociais, o Ministério, por meio de comunicado publicado em dezembro de 2017, assentou que “as informações equivocadas presentes no vídeo, inclusive, repetem questão que tinha sido esclarecida anos atrás. Em 2013, o Ministério da Educação já havia respondido oficialmente à imprensa que ‘a informação sobre a suposta recomendação é equivocada e que o livro não consta no Programa Nacional do Livro Didático/PNLD e no Programa Nacional Biblioteca da Escola/PNBE’” (cf. <http://www.brasil.gov.br/noticias/educacao-ciencia/2016/01/mec-nao-distribuiu-nas-escolas-livro-de-educacao-sexualcitado-em-video-na-internet>). Por outro lado, é igualmente notório o fato de que o projeto “Escola sem Homofobia” não chegou a ser executado pelo Ministério da Educação, do que se conclui que não ensejou, de fato, a distribuição do material didático a ele relacionado. Assim, **a difusão da informação equivocada de que o livro em questão teria sido distribuído pelo MEC, no referido projeto, no PNLD ou no PNBE, gera desinformação no período eleitoral, com prejuízo ao debate**

político, o que recomenda a remoção dos conteúdos com tal teor. (Brasil, 2018, p. 2). Grifos nossos.

Esse trecho dessa decisão demonstra o quanto grave é a disseminação de uma falsa notícia, dos males trazidos a democracia, ao povo, além de evidenciar a dificuldade e necessidade do poder judiciário manifestar-se para estancar o dano e tentar punir os culpados. Essa realidade ocorre todos os dias, porém, é mais vivenciada nos períodos que antecedem as eleições e em seu transcurso.

Infelizmente, nem sempre é possível reparar o dano real causado, seja ele ao governante, a democracia ou ao povo, e o que resta são poderes institucionais abalados por um áudio ou mensagem de texto, que mais que mentir, criar um paralelismo à realidade.

4 DESAFIOS NO COMBATE ÀS FAKE NEWS

4.1 Velocidade vs. Verificação

Um dos principais desafios no combate às fake news é a velocidade com que as informações falsas se espalham nas redes sociais. Enquanto as plataformas de checagem de fatos levam tempo para verificar a veracidade das notícias, o conteúdo falso já alcançou milhares de usuários.

No capítulo anterior deste trabalho acadêmico, trouxemos o exemplo de uma fake news denominada “kit gay”, a qual segundo os difusores estaria o governo distribuindo um livro ensinando as crianças a ter um comportamento homossexual. O suposto livro era enviado utilizando as redes sociais, especialmente o whastapp, com imagens e frases bastante impactantes, o que forçou o poder judiciário a entrar em ação novamente a pedido do governo à época. Vejamos então:

Ocorre, porém, que nem todas as 36 URLs indicadas no item 42(b) da petição inicial contêm a associação do livro “Aparelho Sexual e Cia.” aos mencionados programas governamentais. Das postagens listadas, as de número (i), (vi), (xix) a (xxiv) e (xxxii) não fazem referência a Fernando Haddad ou ao Ministério da Educação; a de número (v) não mais está disponível; das de número (viii), (x), (xi), (xvi), (xxv) a (xxx) e (xxxiii) a (xxxvi) constam explicações do candidato representado, respondendo a reportagens sobre suas denúncias, no sentido de que os referidos livros não integrariam programas governamentais, mas sim teriam sido distribuídos como brindes para as bibliotecas; a de número (xv) traz reprodução de entrevista do candidato a emissora de televisão, com imagens do livro; e a de número (xvii) sequer faz referência ao livro “Aparelho Sexual e Cia.”, mas a outra publicação. Evidente que todas essas postagens, pelo menos no juízo perfunctório que ora se procede, não têm sua veracidade posta em xeque pelos comunicados do Ministério da Educação que fundamentam o pedido dos representantes, não havendo embasamento para sua remoção. Por sua vez, os conteúdos vinculados às URLs listadas nos números (ii) a (iv), (vii), (ix) e (xviii) do item 42(b) da exordial expressamente vinculam o livro “Aparelho Sexual e Cia.” ao projeto “Escola sem Homofobia” ou aos programas de livros didáticos do Ministério da Educação, o que – como antes destacado – não é corroborado pelas informações oficiais, ensejando, portanto, sua remoção. **Ante o exposto, defiro em parte a liminar pleiteada, para determinar a Facebook Serviços Online do Brasil Ltda. que proceda, no prazo de 48h, à remoção do conteúdo associado à URL <https://www.facebook.com/bolsonaropatriota38/videos/260797214551347/?t=0>, e a Google Brasil Internet Ltda. que proceda, também em 48h, à remoção dos conteúdos relativos às seguintes URLs: <https://www.youtube.com/watch?v=l6muDArKIXI> https://www.youtube.com/watch?v=tOdszPW61UM&feature=youtu.be&fbclid=IwAR3ioKnQCsg3odg1qw0CxZycMIVZEwAjgi09uD_c650hXq3E1TrP7asuko4 <https://www.youtube.com/watch?v=nWPevSXRxwgk> <https://www.youtube.com/watch?v=j-tZCGH9eWY>. (Brasil, 2018, p. 3).**

Claramente, que por tratar-se de um falseamento da realidade e por focar em um assunto bastante complexo, que é a opção sexual, esse tema passa a ter uma visibilidade considerável, causando um grande estrago na imagem de como o governo está cuidando da educação das crianças. Enfraquece-se assim a popularidade e a credibilidade do governante, fortalecendo opositores às custas de uma mensagem falsa e com intuito determinado.

Em outra situação, no mês de março de 2020, o Twitter removeu duas publicações do Presidente da República, Jair Bolsonaro, pois, segundo a empresa informou, elas iriam contra a política da rede social ao disseminar informações contrárias às recomendadas pelas autoridades mundiais de saúde acerca do Covid-19. Perceba que temos uma informação sabidamente falsa, propagada por um indivíduo que ocupa o mais alto cargo do nosso país, sem mensurar a quantidade de vidas que estão em jogo ao propor um comportamento contrário ao que indica a Organização Mundial da Saúde.

Noutra de suas publicações, o presidente chegou afirmar que já haveria tratamento com eficiência comprovada contra o Coronavírus, o que não condizia com a verdade factual, uma vez que apenas pesquisas iniciais estavam sendo feitas. Nestes casos, o Twitter afirmou que as publicações ofereciam potenciais riscos à saúde das pessoas porque estimulava práticas contrárias às recomendadas de isolamento social, que, à época, era a principal medida de prevenção contra o Coronavírus (Twitter..., 2020).

Vimos de maneira prática com que velocidade as fake news conseguem desenvolver-se, as ações tomadas pela justiça para frear essas mentiras disparadas na internet, contudo, suas consequências totais jamais serão sabidas, pois conforme desenvolvemos neste trabalho, a informação ainda que falsa, ataca crenças, ideologias e princípios do ser humano.

4.2 Liberdade de Expressão vs. Regulação

A regulação das *fakenews* tem seu limiar jurídico e ético na questão relacionada à liberdade de expressão, isso ocorre porque essa liberdade está posta como cláusula pétrea. O desafio encontra-se em conseguir encontrar o equilíbrio entre combater a desinformação e preservar os direitos fundamentais.

Sobre o tema, nossa Constituição Federal de 1988 traz a seguinte redação:

Art. 5º Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade, nos termos seguintes:

IV - é livre a manifestação do pensamento, sendo vedado o anonimato;

No contexto brasileiro, temos a liberdade de expressão está assegurada na Constituição Federal de 1988 e apresentada como um direito que garante a todos os cidadãos o livre exercício da manifestação do pensamento. Assim, simples análise do próprio artigo 5º da CF/88, conclui-se que a própria lei ao passo em que permite e garante a possibilidade do cidadão expressar-se, exige que este o faça de maneira transparente. Ressalta-se que não há que se falar em censura e sim apenas a limitação de um direito.

Na mesma linha de direitos das garantias acima mencionadas, o Direito à Dignidade Humana, também é um direito fundamental, previsto na CF/88, sendo essa a primeira Constituição a tratar do tema, todavia, desde 1934 a Constituição já traz a noção do princípio da Dignidade Humana como um Direito Constitucional.

No Brasil, a Dignidade da Pessoa Humana é um dos fundamentos do Estado Democrático de Direito estampado no art. 1º da CF/88, in verbis:

Art. 1º A República Federativa do Brasil, formada pela união indissolúvel dos Estados e Municípios e do Distrito Federal, constitui-se em Estado Democrático de Direito e tem como fundamentos:

(...)

III - a dignidade da pessoa humana;

No mesmo sentido, a Declaração Universal dos Direitos do Homem de 1948, em seu artigo 1º, estabelece que "todos os seres humanos nascem livres e iguais em dignidade e em direitos. Dotados de razão e de consciência devem agir uns para com os outros em espírito de fraternidade".

A dignidade da pessoa humana é inerente a sua existência, ou seja, a partir do nascimento já se adquire o direito a usufruir uma vida digna.

Tendo o próprio Estado elencado este direito como fundamental, ter-se-á uma conexão com a realidade social do indivíduo, devendo assim acompanhar as necessidade e mudanças do comportamento social.

Corroborando com este entendimento Alexandre de Moraes (2000, p.60) afirma: "o direito à vida privada, à intimidade, à honra, à imagem, dentre outros aparecem como consequência imediata da consagração da dignidade da pessoa humana como fundamento da República Federativa do Brasil.

Ao iniciar a reflexão acerca da relação entre liberdade de expressão e regulação dos meios de comunicação, temos sempre um solo bastante pantanoso para trafegar, muito pela nossa história recente de censura e ditadura.

A censura ganhou destaque em um momento histórico e conturbado em que o Brasil vivenciou a partir da década de 60 e perdurou até meados da década de 80 (Ditadura Militar). Nesta época, mais precisamente de 1964 a 1985, o Poder Público, a fim de controlar a opinião pública e assim manter a estabilidade do poder, censurou a circulação de informações. Essa restrição se dava de duas formas: controle de produção cultural e controle da circulação de notícias.

Passados mais de 30 anos dos acontecidos históricos, ainda se carrega no D.N.A Brasileiro, o peso da Censura sofrida àquela época, justamente por todas as situações que foram ensejadas, como prisões, torturas e mortes, falar sobre regulação é tão complexo. Contudo, temo que considerar fatores como a pesquisa realizada pela Global Digital Overview em 2020, que revela que o brasileiro fica em média 3 horas e 31 minutos nas redes sociais, ocupando o terceiro lugar no ranking.

Trazidas todas essas informações, indagamos: O que fazemos nas redes sociais? Qual contribuição trazemos ao mundo dispendendo mais de 03 horas do nosso dia em redes sociais?

Ao que parece boa parte da população utiliza as mídias sociais de forma fútil e banal, emitindo opiniões acerca de fatos, atos, e principalmente sobre a vidas de outrem, os quais muitas vezes nem conhecem pessoalmente, e não raras vezes gerando a cultura do ódio e do cancelamento.

Assim, qual o limite entre a Liberdade de Imprensa e de Expressão no uso das mídias sociais e a afronta a Dignidade Humana?

Diante de todo o contexto trazido é certo que a Liberdade de Imprensa e Expressão é limitada pelo princípio da Dignidade da Pessoa Humana, assim, é vedado expor o outro de forma fútil e banal apenas com o argumento de que a notícia vem acima de tudo, pois por trás da notícia existe um Ser Humano que possui direitos, sendo um deles o direito a uma vida digna, sem nenhuma mácula. Portanto, não há que se falar em censura, quando a circulação de uma notícia pode causar dano a outrem, seja de ordem moral ou material.

Ressalta-se que conforme demonstrado em nossa pesquisa, a própria Lei impõe limites a Liberdade de Imprensa e Liberdade de Expressão, assim, a garantia a Dignidade Humana deve prevalecer sobre as duas outras liberdades. Desta feita, não há que se falar em censura e sim apenas a limitação de um direito que é real, porém não é absoluto.

Ademais, as mídias sociais são uma arma poderosa e que se usada com consciência traz grandes benefícios a humanidade, mas se usada com insensibilidade, com crueldade e banalidade podem causar prejuízos a vida de uma pessoa que jamais poderão ser

reparados. Já assistimos a eventos crueis como linchamentos, execuções por engano, exposição de intimidade entre outras situações.

Certamente por isso, o legislador pensou no dever de reparação, que também é uma garantia constitucional, pois a CF88 assegura a inviolabilidade da vida privada, da honra e imagem da pessoa humana, garantindo indenizações em caso de violação, in verbis:

Art. 5º Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade, nos termos seguintes:

(...)IV - é livre a manifestação do pensamento, sendo vedado o anonimato;

V - é assegurado o direito de resposta, proporcional ao agravio, além da indenização por dano material, moral ou à imagem;

(.)

X - são invioláveis a intimidade, a vida privada, a honra e a imagem das pessoas, assegurado o direito a indenização pelo dano material ou moral decorrente de sua violação;

Tal direito a reparação também vem disciplinado no Código Civil Brasileiro de 2002, nos artigos 186 e seguintes e 927 e seguintes.

Estabelece o CCB/02 que "aquele que, por ação ou omissão voluntária, negligência ou imprudência, violar direito e causar dano a outrem, ainda que exclusivamente moral, comete ato ilícito" (art. 186), bem como "aquele que, por ato ilícito (arts. 186 e 187), causar dano a outrem, fica obrigado a repará-lo" (art. 927).

Neste diapasão, caracterizado que o uso indevido das mídias sociais acarretou lesão à vida da pessoa, a qual atingiu sua intimidade, vida privada, a honra e sua imagem, será passível de reparação.

Corroborando com o exposto, trazemos o entendimento jurisprudencial acerca do tema:

PROCESSUAL CIVIL. AGRAVO DE INSTRUMENTO. CUMPRIMENTO DE SENTENÇA. PUBLICAÇÕES REITERADAS EM REDES SOCIAIS. INTUITO DE DENEGRIR A IMAGEM DA AUTORA. DIREITOS FUNDAMENTAIS. COLISÃO. PRINCÍPIO DA HARMONIZAÇÃO. LIBERDADE DE EXPRESSÃO. LIMITES. DIREITO À HONRA E À IMAGEM. EXERCÍCIO ABUSIVO DO DIREITO. RECURSO IMPROVIDO. 1. Agravo de instrumento, sem pedido liminar, interposto em face de decisão proferida em cumprimento de sentença da ação de indenização por danos morais, que aplicou multa à ré em razão do descumprimento da obrigação de não fazer imposta em sentença, consistente em se abster de realizar qualquer postagem nas diversas redes sociais disponíveis, de conteúdo lesivo à honra e ao bom nome da autora. 1.1. Recurso aviado na busca pela reforma da decisão da origem. 2. O pano de fundo estampa relevante controvérsia travada em torno da colisão de direitos fundamentais e consubstanciada na tensão

entre a Liberdade de Expressão, de um lado, e, de outro, a inviolabilidade da intimidade, vida privada, honra e imagem das pessoas. 2.1. Equacionar o exercício harmônico de direitos fundamentais dotados de natureza principiológica, cujos valores centrais muitas vezes se contrapõem, não é simples e foge dos padrões usuais de aplicação das normas jurídicas revestidas de objetividade, na qual a incidência está limitada a um conjunto determinado de condutas e situações. 2.2. Se de um lado a Constituição Federal assegurou o direito à livre manifestação do pensamento; a livre expressão da atividade intelectual, artística, científica e de comunicação, independentemente de censura ou licença; bem como o livre acesso à informação; também resguardou, de outro, a inviolabilidade da intimidade; da vida privada; da honra e da imagem, em observância ao próprio Princípio da Dignidade da Pessoa Humana, consagrado no artigo 1º, III, da Constituição Federal. 2.3. A Liberdade de Expressão e informação desponta no plano fático como instrumento de autogoverno e consequência natural do sistema democrático de tomada de decisões públicas. 2.4. Atualmente, os direitos dos usuários de internet são protegidos pela Lei nº 12.965/2014 (denominada Marco Civil da Internet), incluindo o direito à intimidade e vida privada. 2.5. A Liberdade de Expressão, portanto, é a regra, mas seu exercício abusivo, com lesão a direitos individuais de terceiros, implica análise da responsabilidade civil e eventual indenização por dano material, moral ou à imagem, sem configurar censura. 3. A sentença da ação de indenização por danos morais atestou o prejuízo moral da autora e o nexo causal respectivo, oportunidade em que decidiu da seguinte forma: Pelas razões expostas, julgo procedente em parte os pedidos formulados na inicial para condenar a requerida: a) ao pagamento de indenização pelos danos morais experimentados pela autora, arbitrada em R\$ 7.500,00 (sete mil e quinhentos reais), a serem corrigidos monetariamente a contar da data desta sentença e acrescidos de juros de mora a partir de 13/09/2019, data dos fatos noticiados no Termo Circunstaciado, ID 70540028, por não haver data registrada nos demais documentos; b) na obrigação de não fazer, consistente em se abster de realizar qualquer postagem nas diversas redes sociais disponíveis, de conteúdo lesivo à honra e ao bom nome da autora, sob pena de multa diária no valor de R\$ 500,00 (quinhentos reais), limitada a R\$ 5.000,00 (cinco mil reais), nos termos do art. 497 do CPC, sem prejuízo da possibilidade de majoração em caso de nova violação. 3.1. Ocorre que, já no cumprimento de sentença a requerente noticiou que ré ainda estaria lhe importunando tanto pelo Whatsapp como pelo Instagram. Informou que a requerida é dona de um perfil que possui 12.400 seguidores e neste perfil continua a proferir ofensas contra ela. Disse que a ora recorrente não cita seu nome, mas faz diversos posts em que as pessoas que assistem e conhecem todos os envolvidos, sabem que a requerida está se referindo a ela, pois ela conta toda a trajetória das duas. Requereu que fosse imposta multa diária à requerida, para que se abstivesse de sequer citar nome, ou contar histórias acerca de sua história. 3.2. Dessa forma, procedeu com correção a decisão proferida na origem. Isso porque, em que pese a agravante não mencionar o nome da autora, acaba dirigindo-se a ela, a partir do contexto que envolve seu ex-marido, que hoje é atual companheiro da ré. 3.3. Como já dito, há uma linha tênue entre a Liberdade de Expressão e a violação aos direitos à intimidade, à vida privada, à honra e à imagem da pessoa. 3.4. Tendo em vista o efeito devastador que a redes sociais podem causar na vida de uma pessoa, quando não utilizadas corretamente, e os impactos já causados na boa fama da requerente desde antes da instauração do processo de indenização por danos morais, a demandada deve pagar a multa estabelecida, uma vez que, em que pese ter sido intimada a não propagar esse tipo de mídia, continuou a utilizar suas redes sociais de modo negativo para denegrir a imagem da autora. 4. Agravo de instrumento improvido. (TJ-DF 07229817820218070000 DF 0722981-78.2021.8.07.0000, Relator: JOÃO EGMONT, Data de Julgamento: 22/09/2021, 2ª Turma Cível, Data de Publicação: Publicado no DJE : 06/10/2021 . Pág.: Sem Página Cadastrada.)

Por fim, concluir-se-á que embora a Liberdade de Imprensa e de Expressão seja um direito garantido pela CF/88, existe um limitador de abrangência que é a inviolabilidade dos direitos da personalidade, inerentes ao princípio da Dignidade da Pessoa Humana.

Ressalta-se que as mídias sociais são uma arma poderosa e impiedosa, que podem causar prejuízos devastadores a vida de uma pessoa, os quais jamais poderão ser reparadas.

Desta forma, quando o uso imoderado e inconsciente das mídias sociais causar dano a outrem, não há que se falar em censura ou banimento à Liberdade de Expressão e sim em um dever de indenizar.

Por todo o exposto, é essencial uma análise e reflexão sobre a qualidade e necessidade do material que é produzido e reproduzido nas mídias sociais, sob pena de generalizarmos a cultura do ódio e do cancelamento em todas as esferas sociais, em nosso caso particular, na política.

5 ESTRATÉGIAS DE COMBATE ÀS FAKE NEWS

5.1 Iniciativas Legislativas e Ações Judiciais

No Brasil, o Poder Legislativo cria projetos de lei como o PL 2630/2020, conhecido como "Lei das Fake News", propostas similares feitas pelo parlamento buscam responsabilizar plataformas digitais pela disseminação de conteúdo falso. No entanto, a aprovação de tais medidas enfrenta resistências e debates com grande carga de viés político-ideológico sobre sua eficácia, e no aspecto jurídico acerca de sua constitucionalidade.

Em vias judiciais o Tribunal Superior Eleitoral vem tentando também evidenciar respostas práticas e rígidas para combater as fake news, como no julgamento do "Caso Francischini", em 2021, quando o TSE analisou o Recurso Ordinário Eleitoral nº 0603975-98.2018.6.16.0000 (Brasil, 2021) e, com um placar de 6 x 1, anunciou de forma inédita, a decisão de cassação de mandato do parlamentar por disseminação de fake news. No caso, os ministros vislumbraram o uso indevido (abuso) de poder político e de autoridade para a propagação de desinformação política, a partir da utilização da imunidade parlamentar, enquanto modalidade de liberdade de expressão qualificada, exorbitando os parâmetros constitucionais.

Vejamos abaixo um trecho do processo:

Recurso Ordinário. Eleições 2018. Deputado Estadual. Ação De Investigação Judicial Eleitoral (Aije). Uso Indevido Dos Meios De Comunicação Social. Abuso De Poder Político E De Autoridade. Art. 22 Da Lc 64/90. Transmissão Ao Vivo. Rede Social. Dia Do Pleito. Horário De Votação. Fatos Notoriamente Inverídicos. Sistema Eletrônico De Votação. Fraudes Inexistentes Em Urnas Eletrônicas. Audiência De Milhares De Pessoas. Milhões De Compartilhamentos. Promoção Pessoal. Imunidade Parlamentar Como Escudo Para Ataques À Democracia. Impossibilidade. Gravidade. Cassação Do Diploma. Inelegibilidade. Provimento. [...]

O Deputado Federal à época Fernando Francischini foi o candidato mais votado para deputado estadual no Paraná, com quase 428 mil votos. No dia da eleição contudo, ele resolveu fazer uma *live* para noticiar falsamente que duas urnas estavam fraudadas e aparentemente não aceitavam votos no então candidato à Presidência da República Jair Bolsonaro. Na transmissão, ele também afirmou que urnas tinham sido apreendidas e que ele teria tido acesso a documentos da Justiça Eleitoral que confirmariam a fraude. Enclausurado em suas próprias mentiras, o político foi julgado e condenado à perda do mandado, além de tornar-se inelegível.

As ações do TSE e do Supremo Tribunal Federal (STF) no combate às fake news, mostraram-se presentes quando determinaram a remoção de conteúdos falsos e investigaram campanhas de desinformação nos pleitos eleitorais. A Operação "Fake News" do STF é um exemplo emblemático dessa atuação. No ano de 2022 o TSE ordenou a retirada de perfis falsos das plataformas digitais baseado na Resolução nº 23.714/22, que foi objeto de uma ADI 7.261/22 proposta pelo então Procurador Geral à época, Augusto Aras. Entretanto, a Suprema Corte entendeu que o TSE como integrante da Administração Pública, teria o poder de editar normas a Lei Geral das Eleições (Lei nº 9.504/1997). Visando assegurar o cumprimento dessa lei, o TSE pode impor sanções administrativas para coibir abusos e crimes contra a democracia brasileira (Brasil, 2022a).

Importante destacar também a utilização de Inteligência Artificial, como ferramenta que acelera os meios de checagem contra a desinformação, ampliando o sistema de denúncias, retirando conteúdos falsos da internet, suspendendo páginas com dados inverídicos ou que deterioram a realidade etc. Estas ações se caracterizam como planejadas, estratégicas e continuadas, e envolvem diversos órgãos, a mídia em geral, observadores internacionais e a sociedade em geral.

Essa atuação mais intensa e rígida forçou redes sociais como Facebook, Twitter e Instagram a implementarem medidas para reduzir a disseminação de fake news, incluindo a sinalização de conteúdos duvidosos, parcerias com agências de checagem e a remoção de contas falsas, caso contrário, seriam estes meios de comunicação pela web suspensos, ou impossibilitados de funcionar em nosso país.

Essas ações tomadas tanto pelo Poder Judiciário, como pelo Legislativo, nos permite inferir que qualquer tipo de mídia seja ela tradicional ou via web devem comprometer-se com a democracia, respeitando o ordenamento político e jurídico de nosso país, se aqui quiserem instalar-se ou permanecer.

Sobre o assunto vejamos o que traz a Resolução 23.610/2019 do TSE:

Quanto à propaganda eleitoral pela internet, confira **o que não é permitido**:

*Não é permitido o uso de qualquer conteúdo fabricado ou manipulado para espalhar informações falsas ou descontextualizadas que comprometam o equilíbrio do pleito ou a integridade do processo eleitoral.

*Não é permitida a utilização de *deepfakes* e de conteúdos sintéticos em áudio ou vídeo, mesmo com autorização, para criar, substituir ou alterar imagens ou vozes de pessoas vivas, falecidas ou fictícias.

*O impulsionamento de conteúdo em provedor de aplicação de internet somente poderá ser utilizado para promover ou beneficiar candidatura, partido ou federação

que o contrate. A propaganda negativa é proibida tanto no impulsionamento quanto na priorização paga de conteúdos em aplicações de busca. A norma proíbe o uso, como palavra-chave, de nome, sigla ou apelido de partido, federação, coligação ou candidatura adversária, mesmo que a finalidade seja promover propaganda positiva.

*É vedada a circulação paga ou impulsionada – desde as 48 horas antes e até as 24 horas depois da eleição – de propaganda eleitoral na internet, mesmo se a contratação tiver sido realizada antes desse prazo. Nesses casos, caberá ao provedor de aplicação que comercializa o impulsionamento desligar a veiculação da propaganda.

*Lives realizadas por candidatas e candidatos são permitidas, mas não podem ser transmitidas ou retransmitidas em site, perfil ou canal de pessoa jurídica e por emissora de rádio e de televisão.

Já a Lei 9.504/97 nos mostra que:

Art. 26. São considerados gastos eleitorais, sujeitos a registro e aos limites fixados nesta lei:

XV – custos com a criação e inclusão de sítios na Internet e com o impulsionamento de conteúdos contratados diretamente com provedor da aplicação de Internet com sede e foro no país;

Propaganda na Internet (Incluído pela Lei nº 13.488, de 2017)

~~Art. 57 A. É permitida a propaganda eleitoral na internet, nos termos desta Lei, após o dia 5 de julho do ano da eleição. (Incluído pela Lei nº 12.034, de 2009)~~

Art. 57-A. É permitida a propaganda eleitoral na internet, nos termos desta Lei, após o dia 15 de agosto do ano da eleição (Redação dada pela Lei nº 13.165, de 2015)

Art. 57-B. A propaganda eleitoral na internet poderá ser realizada nas seguintes formas: (Incluído pela Lei nº 12.034, de 2009) (Vide Lei nº 12.034, de 2009)

I - em sítio do candidato, com endereço eletrônico comunicado à Justiça Eleitoral e hospedado, direta ou indiretamente, em provedor de serviço de internet estabelecido no País; (Incluído pela Lei nº 12.034, de 2009)

II - em sítio do partido ou da coligação, com endereço eletrônico comunicado à Justiça Eleitoral e hospedado, direta ou indiretamente, em provedor de serviço de internet estabelecido no País; (Incluído pela Lei nº 12.034, de 2009)

III - por meio de mensagem eletrônica para endereços cadastrados gratuitamente pelo candidato, partido ou coligação; (Incluído pela Lei nº 12.034, de 2009)

~~IV - por meio de blogs, redes sociais, sítios de mensagens instantâneas e assemelhados, cujo conteúdo seja gerado ou editado por candidatos, partidos ou coligações ou de iniciativa de qualquer pessoa natural. (Incluído pela Lei nº 12.034, de 2009)~~

IV - por meio de blogs, redes sociais, sítios de mensagens instantâneas e aplicações de internet assemelhadas cujo conteúdo seja gerado ou editado por: (Redação dada pela Lei nº 13.488, de 2017)

a) candidatos, partidos ou coligações; ou (Incluído pela Lei nº 13.488, de 2017)

b) qualquer pessoa natural, desde que não contrate impulsionamento de conteúdos. (Incluído pela Lei nº 13.488, de 2017)

§ 1º Os endereços eletrônicos das aplicações de que trata este artigo, salvo aqueles de iniciativa de pessoa natural, deverão ser comunicados à Justiça Eleitoral, podendo ser mantidos durante todo o pleito eleitoral os mesmos endereços eletrônicos em uso antes do início da propaganda eleitoral. (Incluído pela Lei nº 13.488, de 2017)

§ 2º Não é admitida a veiculação de conteúdos de cunho eleitoral mediante cadastro de usuário de aplicação de internet com a intenção de falsear identidade. (Incluído pela Lei nº 13.488, de 2017)

§ 3º É vedada a utilização 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. (Incluído pela Lei nº 13.488, de 2017)

§ 4º O provedor de aplicação de internet que possibilite o impulsionamento pago de conteúdos deverá contar com canal de comunicação com seus usuários e 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. (Incluído pela Lei nº 13.488, de 2017)

§ 5º A violação do disposto neste artigo sujeita o usuário responsável pelo conteúdo e, quando comprovado seu prévio conhecimento, o beneficiário, à multa no valor de R\$ 5.000,00 (cinco mil reais) a R\$ 30.000,00 (trinta mil reais) ou em valor equivalente ao dobro da quantia despendida, se esse cálculo superar o limite máximo da multa. (Incluído pela Lei nº 13.488, de 2017)

§ 6º (VETADO). (Incluído pela Lei nº 13.488, de 2017)

~~Art. 57-C. Na internet, é vedada a veiculação de qualquer tipo de propaganda eleitoral paga. (Incluído pela Lei nº 12.034, de 2009)~~

Art. 57-C. É vedada a veiculação de qualquer tipo de propaganda eleitoral paga na internet, excetuado o impulsionamento de conteúdos, desde que identificado de forma inequívoca como tal e contratado exclusivamente por partidos, coligações e candidatos e seus representantes. (Redação dada pela Lei nº 13.488, de 2017)

§ 1º É vedada, ainda que gratuitamente, a veiculação de propaganda eleitoral na internet, em sítios: (Incluído pela Lei nº 12.034, de 2009)

I - de pessoas jurídicas, com ou sem fins lucrativos; (Incluído pela Lei nº 12.034, de 2009)

II - oficiais ou hospedados por órgãos ou entidades da administração pública direta ou indireta da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios. (Incluído pela Lei nº 12.034, de 2009)

~~§ 2º A violação do disposto neste artigo sujeita o responsável pela divulgação da propaganda e, quando comprovado seu prévio conhecimento, o beneficiário à multa no valor de R\$ 5.000,00 (cinco mil reais) a R\$ 30.000,00 (trinta mil reais). (Incluído pela Lei nº 12.034, de 2009)~~

§ 2º A violação do disposto neste artigo sujeita o responsável pela divulgação da propaganda ou pelo impulsionamento de conteúdos e, quando comprovado seu prévio conhecimento, o beneficiário, à multa no valor de R\$ 5.000,00 (cinco mil reais) a R\$ 30.000,00 (trinta mil reais) ou em valor equivalente ao dobro da quantia despendida, se esse cálculo superar o limite máximo da multa. (Redação dada pela Lei nº 13.488, de 2017)

§ 3º O impulsionamento de que trata o **caput** deste artigo deverá ser contratado diretamente com provedor da aplicação de internet com sede e foro no País, ou de sua filial, sucursal, escritório, estabelecimento ou representante legalmente estabelecido no País e apenas com o fim de promover ou beneficiar candidatos ou suas agremiações. (Incluído pela Lei nº 13.488, de 2017)

Art. 57-D. É livre a manifestação do pensamento, vedado o anonimato durante a campanha eleitoral, por meio da rede mundial de computadores - internet, assegurado o direito de resposta, nos termos das alíneas *a*, *b* e *c* do inciso IV do § 3º do art. 58 e do 58-A, e por outros meios de comunicação interpessoal mediante mensagem eletrônica. (Incluído pela Lei nº 12.034, de 2009)

§ 1º (VETADO) (Incluído pela Lei nº 12.034, de 2009)

§ 2º A violação do disposto neste artigo sujeitará o responsável pela divulgação da propaganda e, quando comprovado seu prévio conhecimento, o beneficiário à multa no valor de R\$ 5.000,00 (cinco mil reais) a R\$ 30.000,00 (trinta mil reais). (Incluído pela Lei nº 12.034, de 2009)

§ 3º Sem prejuízo das sanções civis e criminais aplicáveis ao responsável, a Justiça Eleitoral poderá determinar, por solicitação do ofendido, a retirada de publicações que contenham agressões ou ataques a candidatos em sítios da internet, inclusive redes sociais. (Incluído pela Lei nº 12.891, de 2013)

Art. 57-E. São vedadas às pessoas relacionadas no art. 24 a utilização, doação ou cessão de cadastro eletrônico de seus clientes, em favor de candidatos, partidos ou coligações. (Incluído pela Lei nº 12.034, de 2009)

§ 1º É proibida a venda de cadastro de endereços eletrônicos. (Incluído pela Lei nº 12.034, de 2009)

§ 2º A violação do disposto neste artigo sujeita o responsável pela divulgação da propaganda e, quando comprovado seu prévio conhecimento, o beneficiário à multa no valor de R\$ 5.000,00 (cinco mil reais) a R\$ 30.000,00 (trinta mil reais). (Incluído pela Lei nº 12.034, de 2009)

Art. 57-F. Aplicam-se ao provedor de conteúdo e de serviços multimídia que hospeda a divulgação da propaganda eleitoral de candidato, de partido ou de coligação as penalidades previstas nesta Lei, se, no prazo determinado pela Justiça Eleitoral, contado a partir da notificação de decisão sobre a existência de propaganda irregular, não tomar providências para a cessação dessa divulgação. (Incluído pela Lei nº 12.034, de 2009)

Parágrafo único. O provedor de conteúdo ou de serviços multimídia só será considerado responsável pela divulgação da propaganda se a publicação do material for comprovadamente de seu prévio conhecimento. (Incluído pela Lei nº 12.034, de 2009)

Art. 57-G. As mensagens eletrônicas enviadas por candidato, partido ou coligação, por qualquer meio, deverão dispor de mecanismo que permita seu descadastramento pelo destinatário, obrigado o remetente a providenciá-lo no prazo de quarenta e oito horas. (Incluído pela Lei nº 12.034, de 2009)

Parágrafo único. Mensagens eletrônicas enviadas após o término do prazo previsto no caput sujeitam os responsáveis ao pagamento de multa no valor de R\$ 100,00 (cem reais), por mensagem. (Incluído pela Lei nº 12.034, de 2009)

Art. 57-H. Sem prejuízo das demais sanções legais cabíveis, será punido, com multa de R\$ 5.000,00 (cinco mil reais) a R\$ 30.000,00 (trinta mil reais), quem realizar propaganda eleitoral na internet, atribuindo indevidamente sua autoria a terceiro, inclusive a candidato, partido ou coligação. (Incluído pela Lei nº 12.034, de 2009)

§ 1º Constitui crime a contratação direta ou indireta de grupo de pessoas com a finalidade específica de emitir mensagens ou comentários na internet para ofender a honra ou denegrir a imagem de candidato, partido ou coligação, punível com detenção de 2 (dois) a 4 (quatro) anos e multa de R\$ 15.000,00 (quinze mil reais) a R\$ 50.000,00 (cinquenta mil reais). (Incluído pela Lei nº 12.891, de 2013)

§ 2º Igualmente incorrem em crime, punível com detenção de 6 (seis) meses a 1 (um) ano, com alternativa de prestação de serviços à comunidade pelo mesmo período, e multa de R\$ 5.000,00 (cinco mil reais) a R\$ 30.000,00 (trinta mil reais), as pessoas contratadas na forma do § 1º. (Incluído pela Lei nº 12.891, de 2013)

~~Art. 57-I. A requerimento de candidato, partido ou coligação, observado o rito previsto no art. 96, a Justiça Eleitoral poderá determinar a suspensão, por vinte e quatro horas, do acesso a todo conteúdo informativo dos sítios da internet que deixarem de cumprir as disposições desta Lei. (Incluído pela Lei nº 12.034, de 2009)~~

Art. 57-I. A requerimento de candidato, partido ou coligação, observado o rito previsto no art. 96 desta Lei, a Justiça Eleitoral poderá determinar, no âmbito e nos limites técnicos de cada aplicação de internet, a suspensão do acesso a todo conteúdo veiculado que deixar de cumprir as disposições desta Lei, devendo o número de horas de suspensão ser definida proporcionalmente à gravidade da infração cometida em cada caso, observado o limite máximo de vinte e quatro horas. (Redação dada pela Lei nº 13.488, de 2017)

§ 1º A cada reiteração de conduta, será duplicado o período de suspensão. (Incluído pela Lei nº 12.034, de 2009)

§ 2º No período de suspensão a que se refere este artigo, a empresa informará, a todos os usuários que tentarem acessar seus serviços, que se encontra temporariamente inoperante por desobediência à legislação eleitoral. (Incluído pela Lei nº 12.034, de 2009)

Art. 57-J. O Tribunal Superior Eleitoral regulamentará o disposto nos arts. 57-A a 57-I desta Lei de acordo com o cenário e as ferramentas tecnológicas existentes em cada momento eleitoral e promoverá, para os veículos, partidos e demais entidades

interessadas, a formulação e a ampla divulgação de regras de boas práticas relativas a campanhas eleitorais na internet. (Incluído pela Lei nº 13.488, de 2017)

Ambas as legislações explicitam condutas permitidas e vedadas, ademais estabelecem multas e outras penalidades que buscam atingir tanto os partidos e candidatos como os sites que hospedam esses conteúdos ilegais. Todavia, numa verificação simples, podemos notar quão brandas são as penalidades descritas nos trechos de leis acima, o que nos faz refletir se essa condescendência punitiva não está reforçando essa conduta negativa e por vezes criminosa no indivíduo que prática a disseminação de *fakenews*.

Deve à justiça levar em consideração se não há financiadores para essas condutas ilícitas aqui citadas, pois os efeitos negativos causados a imagem de um candidato dificilmente serão revertidos, ainda que as providências legais sejam tomadas.

Basta lembrarmos um dos casos envolvendo o candidato Pablo Marçal em São Paulo, publicado pela CNN Brasil:

“Ficou demonstrado que o réu Pablo Marçal ofereceu apoio político por meio de vídeo para impulsionar campanha eleitoral de candidatos a vereador [que não estivessem em partidos de esquerda] em troca de doação do valor de R\$ 5.000,00 (cinco mil reais) para sua campanha eleitoral”, escreveu Zorz.

Segundo o magistrado, Marçal utilizou as redes para disseminar fake news sobre o sistema de arrecadação eleitoral, além de fazer propaganda eleitoral negativa.

“Enfim, não é permitido, desta forma, uso de rede social para disseminar ‘fake news’ sobre o sistema de arrecadação eleitoral baseada no fundo partidário e para realizar propaganda eleitoral negativa dos adversários conforme seguinte trecho do vídeo do réu“ (...) Eu tô concorrendo a uma eleição desleal aqui onde eu não uso dinheiro público e os bonitões gastam 100 milhões de reais para fazer propaganda enganosa”, prosseguiu Zorz em sua decisão

Ainda de acordo com o juiz, a acusação não foi refutada pelos réus.

“Referido fato ficou incontrovertido considerando-se que não foi refutado pelos réus além de ter confirmado o recebimento de doações decorrentes do referido vídeo, bem como violou as normas que regem as eleições brasileiras, pois sua conduta configura fraude à lei que caracteriza abuso de poder”, continuou.

Vejamos o resumo da Decisão na via judicial sobre o caso citado acima:

Deste modo, em face de todo o exposto, rejeito as argüições preliminares correspondentes: a litispendência entre as ações julgadas em conjunto (AIJE's 0601199-36.2024.6.26.0001 e 0601200-21.2024.6.26.0001), inadequação da via eleita, ausência de formação de litisconsórcio passivo necessário dos doadores das quantias derivadas da compra do apoio político do réu Pablo Marçal e de inépcia da inicial referente ao pedido de abuso de poder político, e, em relação ao mérito, julgo parcialmente procedente os pedidos de declaração de abuso de poder político, abuso de poder econômico, uso indevido de meios de comunicação social e captação ilícita de recursos efetuados nas AIJE's n°s 0601199-36.2024.6.26.0001 e 0601200-21.2024.6.26.0001 para condenar o réu Pablo Henrique Costa Marçal à pena de inelegibilidade de 8 (oito) anos seguintes ao pleito de 2024, nos termos do disposto no artigo 22, inciso XIV, da Lei Complementar nº 64/1990, bem como absolver a ré Antônia de Jesus Barbosa Fernandes, ficando prejudicado o pedido de cassação de

registro e diploma, exclusivamente em virtude da chapa beneficiária das condutas abusivas não ter sido eleita.

Após o trânsito em julgado da sentença, anote-se no Cadastro Eleitoral do réu Pablo Henrique Costa Marçal a hipótese de restrição da sua capacidade eleitoral passiva correspondente ao ASE 540 (ocorrência a ser examinada em sede de registro de candidatura).

Esse julgado demonstra a pouca importância do candidato Marçal com o regime democrático que ele escolheu fazer parte, e ao mentir sobre o fundo eleitoral, o candidato cria uma repulsa ao sistema, vinda especialmente do cidadão mais simples. E mesmo punido com a inelegibilidade pelo período de oito anos Pablo Marçal utiliza as mídias sociais para informar que lançará sua candidatura à Presidência da República do Brasil.

Como podemos verificar, necessitamos de leis que nos tragam no mínimo o desestímulo a conduta de difundir desinformação, caso contrário, continuaremos a ver notícias como essas nos anos que virão.

6 ELEIÇÕES MUNICIPAIS EM FORTALEZA 2024 E ÀS FAKE NEWS

6.1 Esquerda x Direita: e a Democracia?

O cenário que compõe as eleições municipais em Fortaleza no ano de 2024 trouxe como principais candidatos o então prefeito à época José Sarto (centro/direita), Evandro Leitão (esquerda), Capitão Wagner (direita/centro) e André Fernandes(extrema direita). Essa leitura de posicionamento ideológico foi feita por este pesquisador, considerando os históricos dos partidos políticos, bem como o comportamento e apoios buscados durante o período eleitoral.

Inicialmente o candidato Capitão Wagner assume a ponta das pesquisas, no momento inicial, sem termos começado ainda as campanhas no rádio e televisão. Segundo o Instituto Data Folha em pesquisa divulgada em 26 de junho de 2024, os índices apontavam Wagner com 33% e Sarto com 12%⁴, estando o então prefeito apoiado pelo ex-prefeito Roberto Cláudio e Ciro Gomes.

Evidentemente que com a apresentação das propostas e a formalização das candidaturas, para além de seus nichos políticos, o cenário vai se modificando então André Fernandes, apoiado no bolsonarismo e Evandro Leitão alicerçado na figura do Presidente Lula, do ministro Camilo Santana e o do Governador do Estado do Ceará Elmano de Freitas, passam a figurar verdadeiramente na disputa eleitoral.

Passamos a ter então quatro (04) possíveis fortes nomes se movimentando e tentando interagir com o povo pelas mídias sociais para assumir a prefeitura e numa disputa voto a voto.

Os candidatos estabelecem suas estratégias visando solidificar suas candidaturas e utilizam para isso os meios que consideram mais factíveis e que tragam crescimento para sua popularidade, resultando ao final numa possibilidade de vitória nas eleições municipais.

O então prefeito Sarto se utiliza da tática de criar um personagem com visual despojado, para tentar se aproximar do voto mais periférico. Apesar de muito criticado pela imprensa política, o candidato a reeleição se utiliza de jingles e de um comportamento bem atípico para tentar mostrar que esta mais perto do povo mais humilde.

André Fernandes utiliza-se de um tom mais centrado para distanciar-se da imagem de jovem extremista e sem experiência, para um promissor candidato apoiado pelos

⁴ <https://datafolha.folha.uol.com.br/monitoramento-digital/2024/09/em-fortaleza-ataques-a-adversarios-ampliam-engajamento-de-prefeituraveis-nas-redes>

evangélicos, além de trazer em sua candidatura o lema de proteção à família tradicional.

Evandro sai do grupo dos Ferreira Gomes após desentendimentos com Cid Gomes e vem como candidato do PT, de branco para criar um meio termo, nem vermelho tradicional do Partido dos Trabalhadores, nem outra cor que cause antipatia a base petista.

Wagner vem perfazendo o candidato de todos, já tendo apoiado Luiziane Lins (PT) no passado, já tendo surfado na onda de Bolsonaro, aparece segundo ele mesmo como uma opção que dialoga com todos.

Podemos perceber que todos os postulantes ao Paço Municipal de Fortaleza se encorpam de virtuosismos e ostentam todas as qualidades que necessita o eleitor. Para massificar essa imagem temos uma intensa utilização das mídias digitais, buscando repercussão no aparelho mais utilizado pela população, no caso, o celular. Começam então os ataques aos adversários e a disseminação em larga escala de fake news. Segundo uma matéria veiculada pelo portal GC+⁵ temos o seguinte fato:

Os coordenadores da campanha do candidato do PT à Prefeitura de Fortaleza, Evandro Leitão, foram surpreendidos com uma ação de fake news nesta segunda-feira (16) com a circulação de um vídeo manipulado, criado com o uso de inteligência artificial (IA), que tenta vinculá-lo a facções criminosas. O vídeo utiliza trechos de uma reportagem do programa Domingo Espetacular, da Rede Record, que aborda investigações da Controladoria Geral de Disciplina sobre o envolvimento de policiais com ações criminosas.

O caso chamou a atenção por ser o primeiro episódio de uso indevido de IA na campanha eleitoral de 2024 no Ceará. A Polícia Federal (PF) e a Justiça Eleitoral estão investigando os responsáveis pela criação e disseminação do vídeo. A produção e o compartilhamento de fake news são consideradas crimes, e o uso de tecnologia avançada para manipular imagens e áudios intensifica a gravidade da situação.

Note-se que para além da tentativa de criar uma realidade não confirmada quanto à relação do candidato do Partido dos Trabalhadores com o crime organizado, temos conexa a intenção de ferir a reputação pessoal do adversário, sua imagem frente à opinião pública, sua honra quanto ao que o cidadão comum vai propagar sobre ele. Para além do crime contra a honra, temos um estigma que será carregado talvez pela vida toda do indivíduo que foi exposto, mesmo não sendo o fato verídico.

Esse tipo de situação bastante recorrente na campanha municipal à Prefeitura de Fortaleza na eleição de 2024 escancara que muito mais que um discurso construído contra um opositor político, o “linchamento social” a qual é submetida à pessoa, sua família e sua

⁵ <https://gcmais.com.br/noticias/2024/09/18/campanha-de-evandro-leitao-e-alvo-de-fake-news-com-uso-de-inteligencia-artificial/>

história não pode ser quantificado, pois estamos falando de uma construção social com capacidade de ecoar infinitamente.

Noutro caso, temos a transcrição de um suposto áudio do candidato André sobre compra de votos.

“Acabei de ver uma pesquisa interna aqui da gente que os caras passaram, o Leitão tá na frente, 3 ponto percentual (sic) já na frente. E assim né, faltam só nove dias para a encerrar as eleições né. Daqui para domingo é derramar dinheiro na mão de pastor, líder comunitário, o que tiver”, diz o áudio.

Essa publicação do site LUPA⁶ foi mais uma das fake news que circulou nos grupo de whatsapp e redes sociais, levando o eleitor a crer que o candidato André iria juntamente com pastores e líderes comunitários buscar uma reversão na corrida eleitoral através do uso de dinheiro. O político bolsonarista, negou o áudio e acusou Leitão de tê-lo feito, com a intenção de prejudicar sua imagem.

Mais uma vez, temos informações graves, sendo difundidas livremente, como se verdades comprovadas fossem, e que embora tenham sido proibidas sua veiculação pelo TRE-CE, os danos reais, os reforços simbólicos a forma vil de fazer política que foi tentada, vai continuar ecoando, porque as fake news geram esse ressoar de dúvida, especialmente nas pessoas menos esclarecidas ou reforçam nas mais fanáticas a perpetuação de um discurso baseado em algo não provado.

Perceba que não estamos aqui defendendo modelo representativo A ou B de política, embora todos tenham e devam defender seus posicionamentos ideológicos, a intenção principal aqui é reforçar o quanto uma mentira, uma distorção da realidade criada visando ocupar um cargo público, pode fazer tão mal para Democracia, para o povo e para as vítimas dessas informações que para além da realidade, deturpam a História.

6.2 Ações Práticas tomadas pela Justiça Eleitoral

O ambiente digital caracteriza-se por ser dinâmico e pouco formal, por conta desse dinamismo e do grau de incidência que uma mensagem pode, a Justiça Eleitoral alterou sua percepção acerca dos eleitores, compreendendo que a entrada do eleitorado no universo da comunicação na internet, alterou suas participações, deixando os mesmo de ter uma posição passiva e conquistando cada vez mais uma posição ativa dentro do jogo eleitoral.

⁶ <https://lupa.uol.com.br/jornalismo/2024/10/24/o-que-sabemos-sobre-audio-atribuido-a-andre-fernandes-sobre-compra-de-votos-em-fortaleza>

Segundo a professora Raquel Machado (2024):

Os impactos de postagens no ambiente digital sobre a psique humana têm levado a contínuos questionamentos sobre a liberdade de expressão e seu possível controle (quando é possível controlar, até que ponto, e quem pode fazê-lo). As reflexões envolvem compreender os limites de atuação dos usuários, das plataformas digitais, de empresas e de governos.

Embora possamos reconhecer que a velocidade com que surgem as fake news é maior que a resposta da Justiça Eleitoral, não podemos negar os avanços obtidos através de decisões e da utilização de legislações mais modernas.

Uma dessas ações foi à criação de uma ferramenta do Sistema Eleitoral, de verificação de informações chamada “Fato ou Boato”.

Criada em 2020 para ampliar o esclarecimento de informações relacionadas ao processo eleitoral, a página Fato ou Boato fomenta a circulação de conteúdos verídicos e estimula a verificação por meio da divulgação de notícias checadas, recomendações e conteúdos educativos.

Essa iniciativa integra o Programa de Enfrentamento à Desinformação, que atualmente mobiliza mais de 70 instituições, entre partidos políticos e entidades públicas e privadas, para enfrentar os efeitos negativos provocados pela desinformação relacionada à democracia.

Vejamos um caso que foi difundido nas redes sociais e desmentido:

Conteúdo analisado

Circula nas redes sociais uma publicação que afirma que uma imagem antiga, compartilhada em novembro de 2022 por argentino que disseminou notícias falsas sobre processo eleitoral brasileiro, mostra que o “código-fonte foi quebrado” e que a codificação “contém todas as informações, eleitor por eleitor”, incluindo quando, onde e em quem votou.

Por que é boato?

Além de ser antiga, a imagem não mostra o código-fonte da urna eletrônica, nem uma suposta “quebra” da codificação desenvolvida pelo Tribunal Superior Eleitoral (TSE). A publicação original foi feita em novembro de 2022 e já disseminava desinformação sobre outro assunto: os logs da urna eletrônica, que são públicos e podem ser conferidos por qualquer pessoa interessada.

O que mostra a publicação?

Ou seja, o que é divulgado pela publicação que voltou a circular recentemente são informações contidas nos logs dos equipamentos, que registram todas as atividades de funcionamento e eventuais falhas ocorridas durante o processo de votação. Esses dados são disponibilizados para consulta pública no Portal de Dados Abertos do TSE.

A imagem mostra casos pontuais ocorridos nas Eleições Gerais de 2022, quando ficaram gravados, no log da urna, os nomes de algumas eleitoras e eleitores. Isso aconteceu porque era possível que o terminal do mesário apresentasse problema na hora de escrever algum texto no Display de Cristal Líquido (LCD). Se essa escrita falhasse, então poderia ficar registrado no log o texto que se tentou escrever, como o nome do eleitor, por exemplo.

A situação não teve nenhuma relação com as escolhas das candidaturas pelo eleitorado. Até porque, na verdade, os votos são registrados em outro arquivo,

chamado de Registro Digital do Voto (RDV). A urna registra os votos no RDV de um modo em que o sigilo da votação é preservado, mesmo que se saiba o horário em que um eleitor votou. Nem a própria Justiça Eleitoral ou o TSE conseguem associar o eleitor ao voto por ele inserido no equipamento.

Vejamos alguns exames processuais do TRE-CE nas eleições de 2024:

REl nº 060016266 Acórdão FORTALEZA - CE

Relator(a): Des. Luciano Nunes Maia Freire
 Julgamento: 05/11/2024 Publicação: 05/11/2024
[link](#)

Ementa

PODER JUDICIÁRIO

TRIBUNAL REGIONAL ELEITORAL DO CEARÁ

Ementa:

DIREITO ELEITORAL. ELEIÇÕES 2024. RECURSO ELEITORAL. IMPULSIONAMENTO. PROPAGANDA ELEITORAL NEGATIVA. MULTA CABÍVEL. RECURSO DESPROVIDO. I. CASO EM EXAME 1. Cuida-se de Recurso eleitoral interposto contra sentença proferida na 116ª Zona Eleitoral de Fortaleza/CE que julgou procedente esta Representação por impulsionamento de propaganda eleitoral negativa, com imposição de multa de R\$ 5.000,00. II. QUESTÃO EM DISCUSSÃO

2. Trata-se de verificar se as postagens impulsionadas pelos recorrentes caracterizam propaganda eleitoral negativa, com aptidão para aplicação de multa. III. RAZÕES DE DECIDIR

3. O art. 57-C, § 3º, da Lei nº 9.504/97 vedo o impulsionamento de propaganda eleitoral com teor negativo, permitindo-o apenas para promoção de candidaturas.

4. O conteúdo da mensagem impulsionada em questão atribuía ao candidato adversário as ações de "distorcer e simular fatos" para confundir o eleitor com fake news, além de fazer política "com a força do ódio", de modo a caracterizar cunho depreciativo e, bem assim, caráter negativo da propaganda.

5. O exercício da liberdade de expressão não abrange a violação de normas eleitorais que proíbem propaganda paga com intuito de ataque a candidatos. IV. DISPOSITIVO

6. **Recurso desprovido. Multa mantida.**

Dispositivos relevantes citados: Lei nº 9.504/1997, art. 57-C, §§ 2º e 3º; Resolução TSE nº 23.610/2019, art. 29, § 3º.

Jurisprudência relevante citada: TSE, Rep nº 060147212, Min. Floriano de Azevedo Marques, DJE 13/05/2024; TSE, AgrReg-AgrREspEl nº 060332689, Min. André Ramos Tavares, DJE 26/02/2024; TSE, RRep nº 060170084, Min. Alexandre de Moraes, DJE 19/12/2023; TRE-CE, REl nº 060017052, Des. Gledison Marques Fernandes, PSESS 29/10/2024; TRE-CE, REl nº 060015222, Des. José Cavalcante Júnior, Publicação: PSESS 27/10/2024; TRE-CE, REl nº 060015829, Des. José Maximiliano Machado Cavalcanti, PSESS 26/10/2024.

Decisão

ACORDAM os Membros do Tribunal Regional Eleitoral do Ceará, por unanimidade, em conhecer e negar provimento ao recurso, mantendo integralmente a sentença recorrida, nos termos do voto do Relator. Acórdão publicado em sessão.

Noutra decisão temos:

Ementa

PODER JUDICIÁRIO TRIBUNAL REGIONAL ELEITORAL DO CEARÁ

. DIREITO ELEITORAL. ELEIÇÕES 2024. RECURSO ELEITORAL EM REPRESENTAÇÃO POR PROPAGANDA ELEITORAL IRREGULAR NA INTERNET. PUBLICAÇÃO DE VÍDEOS ASSOCIANDO PARTIDO POLÍTICO À FACÇÃO CRIMINOSA. LIMITES DA LIBERDADE DE EXPRESSÃO ULTRAPASSADOS. NOTÍCIA FALSA. RECURSO CONHECIDO E DESPROVIDO.

I. CASO EM EXAME

1. Recurso eleitoral interposto pelo candidato a prefeito de Fortaleza/CE André Fernandes de Moura contra sentença proferida pelo Juízo da 115ª ZE/CE, que julgou procedente a representação por propaganda eleitoral irregular ajuizada pela Coligação Juntos Fortaleza Pode Mais, em razão de publicação de vídeo nas redes sociais do recorrente, contendo alegada associação de partido político a facção criminosa.

2. A sentença condenou o recorrente ao pagamento de multa, entendendo que a publicação ultrapassou os limites da liberdade de expressão, veiculando conteúdo sabidamente inverídico com potencial de desestabilizar o processo eleitoral.

3. No recurso, o recorrente sustentou que a publicação não se caracteriza como falsa, alegando tratar-se de exercício de crítica legítima no contexto eleitoral.

4. Em contrarrazões, a recorrida requer a manutenção da sentença.

5. A Procuradoria Regional Eleitoral se pronunciou pelo não provimento do recurso, haja vista o abuso no exercício da liberdade de expressão mediante denominação de "facção criminosa" ao Partido dos Trabalhadores.

II. QUESTÕES EM DISCUSSÃO

6. Saber se o conteúdo publicado configura propaganda eleitoral irregular, ultrapassando os limites da liberdade de expressão.

III. RAZÕES DE DECIDIR

7. A propaganda eleitoral na internet fundamenta-se no princípio da liberdade de manifestação do pensamento da pessoa identificada ou identificável (art. 57-D, caput, da Lei nº 9.504/97).

8. O exercício do direito à livre expressão, todavia, não é absoluto, limitando-se a liberalidade quando os atores envolvidos no processo eleitoral (candidatos, partidos, federações ou coligações) forem atingidos, ainda que de forma indireta, por conceito, imagem ou afirmação caluniosa, difamatória, injuriosa ou se houver divulgação de fatos sabidamente inverídicos.

9. As mensagens de natureza política difundidas no ambiente virtual são importante fonte de informação e circulação de ideias em um regime democrático, mas o uso da internet pode ser deturpado, com a propagação de desinformação e notícias falsas.

10. Para caracterização, no âmbito eleitoral, de uma mensagem como "fake news", há de ser aferir se na mensagem veiculada encontram-se presentes, cumulativamente, 3 (três) requisitos: a) uma mensagem falsa, podendo se constituir em: conteúdo falso em um contexto verdadeiro, ou um conteúdo verdadeiro em um contexto falso; b) intenção (dolo) de causar dano a candidatos, partidos, federações ou coligações; e 3) potencial de repercussão no pleito, comprometendo a sua regularidade.

11. No caso específico dos autos, restam atendidos todos os pressupostos, uma vez que o vídeo (verdadeiro) foi descontextualizado com a legenda e comentários do candidato; houve a intenção de causar dano e há inequívoca repercussão no pleito, considerando que o recorrente possui mais de 2 (dois) milhões de seguidores em sua rede social Instagram.

12. O combate às notícias falsas tem sido uma preocupação constante desta Justiça Especializada, uma vez que malferidos importantes princípios que regem o processo eleitoral, dentre os quais o princípio da igualdade de oportunidades (pelo favorecimento ou prejuízo de candidaturas) e, mais especialmente, o princípio da legitimidade das eleições, uma vez que a desinformação, ao orientar concepções políticas do eleitor em inverdades, fulmina o voto consciente.

IV. DISPOSITIVO E TESE

13. Recurso conhecido e desprovido.

14. Tese de julgamento: "A liberdade de expressão no contexto eleitoral não ampara a veiculação de conteúdos sabidamente inverídicos, com potencial de desinformar o eleitorado e desequilibrar o pleito, sendo legítima a imposição de sanção pela Justiça Eleitoral para preservação da regularidade das eleições e igualdade entre as candidaturas."

Dispositivos relevantes citados: [1] Lei nº 9.504/97, art. 57-D, caput, §2º; [2] Resolução TSE nº 23.610/2019, art. 27, §1º.

Doutrina citada: ZILIO, Rodrigo Lopez. Direito Eleitoral. São Paulo: JusPodivum, 2024. 10. ed.

Decisão

ACORDAM os Membros do Tribunal Regional Eleitoral do Ceará, por unanimidade, em conhecer e negar provimento ao recurso, mantendo, no todo, a condenação à multa do recorrente, nos termos do voto do Relator. Absteve-se de votar o desembargador eleitoral Francisco Érico Carvalho Silveira, declarando-se suspeito, por motivo de foro íntimo.

Das intervenções judiciais acima propostas e analisadas, verifica-se que o Poder Judiciário Eleitoral aplica as medidas cabíveis, todavia, dadas as limitações legais, essas sanções acabam por se tornarem meras imposições pecuniárias, que por conta dos valores impostos não atingem o objetivo desejado que é o de frear a desinformação e a veiculação de notícias falsas.

Em mais uma análise acerca de temática *fakenews* temos o que segue:

El nº 060014190 Acórdão FORTALEZA - CE

Relator(a): Des. Jose Maximiliano Machado Cavalcanti
Julgamento: 22/10/2024 Publicação: 22/10/2024 link

Ementa

PODER JUDICIÁRIO

TRIBUNAL REGIONAL ELEITORAL DO CEARÁ
ELEIÇÕES 2024. PROPAGANDA ELEITORAL. INFORMAÇÃO SABIDAMENTE FALSA (FAKE NEWS). INSTAGRAM. INÉPCIA DA INICIAL NÃO VERIFICADA. CONFIGURAÇÃO DE PROPAGANDA ELEITORAL IRREGULAR. REMOÇÃO DA POSTAGEM. APLICAÇÃO DE MULTA. MANUTENÇÃO DA CONDENAÇÃO. RECURSO NÃO PROVIDO.

I. CASO EM EXAME

1. Trata-se de Recurso Eleitoral interposto por André Fernandes de Moura contra sentença que julgou procedente a representação por propaganda eleitoral irregular na rede social Instagram, veiculando vídeo com comentário associando o candidato Capitão Wagner ao número de urna do concorrente (22) e diverso do registrado pelo recorrido na Justiça Eleitoral (44). Condenação do representado a remover a postagem e a pagar multa no valor de R\$ 10.000,00 por propaganda contendo fato sabidamente inverídico.

II. QUESTÃO EM DISCUSSÃO

2. A controvérsia diz respeito ao reconhecimento ou não de propaganda eleitoral irregular veiculada em postagem na conta do Instagram do candidato recorrente, em violação ao art. 57-D, § 3º, da Lei nº 9.504/1997. O recurso suscita, ainda, análise da preliminar de inépcia da inicial, sustentada no fato de que da narração dos fatos não decorreria logicamente a sua conclusão.

III. RAZÕES DE DECIDIR

3. Não se identifica o vício processual de inépcia da inicial, na medida em que o demandante, apesar de se opor especificamente à inserção de comentário associando-o ao número de urna do representado, considerou que a informação tida por falsa (fake news) está vinculada ao vídeo. A petição inicial indicou precisamente quais são os fatos inverídicos a merecerem a atenção da Justiça Eleitoral, apontando o recorrido de forma fundamentada e inteligível a matéria controvertida.

4. A concessão de medida judicial mais ou menos extensiva é matéria referente ao mérito, pelo que o acolhimento do pleito albergando a remoção de todo o vídeo ou apenas do comentário postado é reservado à análise propriamente dita do objeto da ação, em momento ulterior ao enfrentamento das questões preliminares e prejudiciais. Em acréscimo, o encerramento do primeiro turno sem a presença do representante na segunda etapa prejudica indagar se toda a postagem ou apenas o comentário deveria ser o objeto da ação. Trata-se mesmo de questão desimportante dada a inutilidade atual da discussão frente à perda do interesse recursal quanto ao ponto. Preliminar não acolhida.

5. Hipótese em que a postagem de vídeo foi seguida de comentários sabidamente inverídicos, conforme a sentença hostilizada, a qual considerou que a conduta do recorrido encerra o ilícito eleitoral previsto no art. 57-D, §2º, da Lei nº 9.504/97, uma vez que “a propaganda veiculada pelo representado se utilizou de artifícios de ‘trucagem’ para associar indevidamente o número ‘22’ ao candidato Wagner Sousa Gomes, o que configura a divulgação de fato sabidamente inverídico”.

6. Demonstração inequívoca da falsidade da afirmação contida no comentário “Wagner é 22”, na medida em que o candidato Capitão Wagner, do União Brasil, registrou sua candidatura a prefeito de Fortaleza perante esta Justiça Eleitoral com o número de urna 44. Fato sabidamente inverídico é aquele que não demanda investigação, ou seja, deve ser perceptível de plano (RP 143.175/DF, Ministro Admar Gonzaga Neto, 2.10.2014).

7. Apesar de o valor fixado a título de multa acima do mínimo legal não ter sido suficientemente justificado na sentença por fundamentação que o ampare, findou por satisfazer a finalidade pedagógica da medida bem como prestigia os precedentes deste Regional porque o candidato representado não é primário na promoção de propaganda irregular, sendo digno de exemplo de sua reincidência o aferido no Processo nº 0600143-60.2024.6.06.0118, desta mesma relatoria.

IV. DISPOSITIVO

8. Recurso conhecido e não provido. Mantida a condenação ao pagamento de multa no valor de R\$ 10.000,00 (dez mil reais).

Dispositivos relevantes citados: Lei nº 9.504/1997, art. 57-D, §§ 2º e 3º.

Jurisprudência relevante citada: TSE, Representação nº 367.516/DF, Ministro Henrique Neves da Silva; Representação nº 143.175/DF, Ministro Admar Gonzaga Neto, 2.10.2014). TRE/CE, Representação nº 0600143-60.2024.6.06.0118, Desembargador Eleitoral José Maximiliano Machado Cavalcanti.

Decisão

ACORDAM os Membros do Tribunal Regional Eleitoral do Ceará, por unanimidade, em conhecer do recurso para, preliminarmente, rejeitar a alegação de inépcia da inicial, e, no mérito, negar-lhe provimento, mantendo a sentença que determinou a remoção da postagem e infligiu multa ao recorrente no valor de R\$10.000,00 (dez mil reais) pela veiculação de propaganda eleitoral contendo fato sabidamente inverídico, nos termos do voto do Relator. Acórdão publicado em sessão.

Notadamente, os esforços da Justiça Eleitoral são dignos de elogios, contudo fica clara a necessidade de buscar-se muito mais que “estanques” para ações que merecem sim respostas rápidas por parte do poder público, contudo, deve-se buscar aperfeiçoar a legislação, tornando-a mais dinâmica do ponto de vista dos crimes cibernéticos, especialmente os

eleitorais, além de que faz-se necessária uma legislação mais rigorosa, pois como vimos todas as decisões aqui descritas trazem uma penalidade pecuniária, geralmente associada a remoção da notícia falsa ou da proibição de sua veiculação. Evidentemente, que compete ao Poder Legislativo esse aperfeiçoamento da lei, visando-a torná-la mais disciplinada e com sanções que realmente tragam convencimento de que não é válido descumprir o regramento jurídico posto.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A escrita desse trabalho partiu da necessidade de se refletir acerca dos desafios enfrentados pelo Regime Democrático Brasileiro especialmente, nos períodos eleitorais nos quais passamos a vivenciar uma realidade norteada pela “negação” de preceitos basilares do Estado legalmente constituído através da livre escolha, ou seja, do voto.

Passamos a experimentar ataques contínuos as instituições democráticas e a própria Constituição Federal 1988. Experimentamos dimensões que se desarticulam com questões éticas, políticas, educacionais e didático-pedagógicas, criando realidades paralelas através de mentiras ou de fatos descontextualizados, os quais infrigem os direitos humanos fundamentais prescritos no texto constitucional que resguardam nossa essência.

Neste sentido, o desejo em analisar a influência das *fakenews* no processos eleitorais, particularmente em Fortaleza nos leva a tentar compreender como é possível constituir um novo governo sedimentado em inverdades? Como conseguiremos degradar a soberania popular e construir a democracia?

As análises acerca da *fakenews*, nos mostram como estas notícias falsas representam um desafio significativo para a governabilidade em nosso país, uma vez que no contexto eleitoral elas tem a capacidade de influenciar a opinião pública, polarizar debates e minar a confiança nas instituições, exigindo respostas multifacetadas que envolvendo legislação mais rígida, ações judiciais mais eficazes e educação midiática, além da regulação das plataformas digitais.

O debate acerca do uso e responsabilização das mídias digitais deve ser encarado sem ideologismos, pelo bem do povo brasileiro. O combate à desinformação é essencial para preservar a integridade do processo democrático e garantir que as eleições reflitam a vontade livre e consciente dos cidadãos, para isso portanto, as instituições devem ser preservadas e fortalecidas.

Somos testemunhas do mal que as mentiras espalhadas pela internet fazem ao país, trazendo-lhe instabilidade e desconfiança frente a outras nações. Todavia, também podemos ver a força da justiça buscando analisar atos e omissões nas disputas eleitorais que nos levaram a estar diante de um plano para executar um “Golpe de Estado” assentado em *fakenews*.

Na capital Fortalezense tivemos a lição de que infelizmente uma inverdade contada diversas vezes na web, pode sim ganhar ares de verdade. Não à toa tivemos essa

conduta de propagação de mentiras reiteradas vezes durante todo o processo eleitoral, não sendo apenas a multa capaz de cessar esse problema.

Acompanhamos uma eleição extremamente pareada, que certamente pela intervenção da justiça eleitoral, ainda que não achemos ideal, tivemos como resultado a manifestação real do voto do fortalezense.

Esta pesquisa tem o privilégio de abordar uma temática tão sensível e tão atual, que evidentemente, apesar da sua limitação acadêmica, nos permite indagar um ponto crucial sobre o assunto: **“a quem interessa a disseminação de mentiras que deformam a realidade e destroem a democracia?”**

Nossas propostas frente aos desafios da utilização das mídias digitais e sua capacidade de sugestionar o processo eleitoral são:

- Criação de Comitês Permanentes gerenciados pelas Universidades para discutir com as instituições escolares e Sociedade Civil os impactos das *Fakenwes*.
- Fóruns Estaduais e Regionais para alicerçar estudos e projetos sobre o tema da desinformação, traduzindo o resultado das discussões em um material que seja levado ao Congresso Nacional, como forma de manifestar a participação popular.
- Alterações Legislativas que permitam o Judiciário alcançar de maneira mais incisiva os indivíduos que propagam informações falsas, além de sanções mais rígidas para os partidos que aceitarem este comportamento, ou coadunarem com sua repetição.
- Incentivar nas Escolas da Rede Básica e do Ensino Médio ações que aproximem a Justiça Eleitoral com o público escolar.

Podemos não conseguir extinguir as *fakenews* da nossa política, todavia, não criar mecanismos mais resolutos agora significa permitirmos que um dia a mentira vença a Democracia.

REFERÊNCIAS

- ARENDT, H. Truth and Politics. **The New Yorker**, p. 1–19, 1967.
- BARBERÁ, P. *et al.* Tweeting From Left to Right -Is Online Political Communication More Than an Echo Chamber? **Psychological Science**, v. 26, n. 10, p. 1531–1542, 2015.
- BENKLER, Y.; FARIS, R.; ROBERTS, H. **Network Propaganda: Manipulation, Disinformation, and Radicalization in American Politics**. [S.l.]: Oxford University Press, 2018.
- BRAGA, R. M. da C. A indústria das fakes news e o discurso de ódio. In: PEREIRA, R. V. (org.). **Direitos políticos, liberdade de expressão e discurso de ódio**. Belo Horizonte: IDDE, 2018. p. 203-220.
- BRASIL, Alterações na legislação eleitoral. **Lei nº 13.488 de 6 de outubro de 2017**. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2015-2018/2017/Lei/L13488.htm. Acesso em: 18 out. 2019.
- BRASIL. Marco Civil da Internet. **Lei nº. 12.965 de 23 de abril de 2014**. Disponível em:http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/l12965.htm Acesso em: 18 out. 2019.
- BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. **Fato ou boato**: Justiça Eleitoral desmentiu as principais fake news sobre o processo eleitoral em 2022. 29 out. 2022b. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/comunicacao/noticias/2022/Outubro/fato-ou-boato-justica-eleitoral-desmentiu-as-principais-fake-news-sobre-o-processo-eleitoral-em-2022>. Acesso em: 20 fev. 2024.
- BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. **Relatório sobre Fake News e Eleições**. 2022.- PROJETO COMPROVA. Relatórios de Checagem. Disponível em: www.projetocomprova.com.br. Acesso em: 20 fev. 2024.
- BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. **Representação nº 0601699-41.2018.6.00.0000** – Classe 11541. Brasília, DF, 2018. Disponível em:<https://pje.tse.jus.br:8443/pjeweb/ConsultaPublica/DetalheProcessoConsultaPublica/documentoSemLoginHTML.seam?ca=4517d93f53636ce2bac3338c505f6f870d4ed87d781e4e081c9ff5cb04c5b94be65fbc84c0e54ebc1d2a56d93b4c8906&idProcessoDoc=542752>. Acesso em: 18 out. 2019.
- BRASILEIRO fica 3 horas e 31 minutos por dia nas redes sociais. **VISIA**. Disponível em <https://www.agenciavisia.com.br/news/brasileiro-fica-3-horas-e-31-minutos-por-dia-nas-redes-sociais/>. Acesso: em 01 jul. 2022.
- CARDIN, V. S.; SANTOS, A. C.G.G. **Liberdade de expressão versus dignidade da pessoa humana**: considerações sobre o discurso de ódio contra a mulher na internet e seus efeitos. Disponível em: chrome extension://efaidnbmnnibpcajpcglclefindmkaj/http://publicadireito.com.br/artigos/?cod=e353194f3b7cd1b7 Acesso: em 01 jul. 2022.

CHADWICK, A.; VACCARI, C. News sharing on UK social media: Misinformation, disinformation, and correction. **Online Civic Culture Centre**, v. 1, 2019. Disponível em: <https://www.lboro.ac.uk/research/online-civic-culture-centre/news-events/articles/o3c-1-survey-report-news-sharing-misinformation>. Acesso em: 5 jul. 2024.

DOURADO, T.; GOMES, W. O que são, afinal, fake news, enquanto fenômeno de comunicação política? In: COMPOLÍTICA, 18., 2018. Brasília. **Anais...** Brasília: [s.n.]: 2018

EM FORTALEZA, ataques a adversários ampliam engajamento de prefeituráveis nas redes. **datafolha.folha**. Disponível em: <https://datafolha.folha.uol.com.br/monitoramento-digital/2024/09/em-fortaleza-ataques-a-adversarios-ampliam-engajamento-de-prefeituraveis-nas-redes.shtml#:~:text=ANDR%C3%89%20FERNANDES%20LIDERADA,ENDEREC%C3%87O>. Acesso em: 5 jul. 2024.

FARIAS, E. P. de. **Colisão de direitos**: A honra, a intimidade, a vida privada e a imagem versus a Liberdade de Expressão e informação. Porto Alegre: Sérgio Antonio Fabris, 1996.

FERREIRA, A. B. de H. Mini Aurélio. **Dicionário da Língua Portuguesa**. [S.l.]: Editora Positivo, 2010.

FUNDO DAS NAÇÕES UNIDAS PARA A INFÂNCIA. **Declaração Universal dos Direitos Humanos**. Disponível em: <https://www.unicef.org/brazil/declaracao-universal-dos-direitos-humanos>. Acesso em 30 jun. 2022.

GONÇALVES, R. De Aro. **Liberdade de imprensa e dignidade da pessoa humana**: uma discussão além da censura. Disponível em: <http://intertemas.toledoprudente.edu.br/index.php/Direito/article/download/640/655>. Acesso: em 01 jul. 2022.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. Uso de internet, televisão e celular no brasil (2019). Disponível em: <https://educa.ibge.gov.br/jovens/materias-especiais/20787-uso-de-internet-televisao-e-celular-no-brasil.html>. Acesso em 01 jul. 2022.

LENZA, P. **Direito Constitucional Esquematizado**. 18. ed. São Paulo: saraiva, 2014.

MACHADO, D. P. **Direito Internacional e Comunitário para Concurso de Juiz do Trabalho**. 2. ed. São Paulo: Edipro, 2012.

MARTINS FILHO, I. G. **História do Brasil**. Resumo Esquematizado. 2. ed. São Paulo: LTR. 2011.

MCGONAGLE, T. **Fake News: False Fears or Real Concerns?** [S.l.]: Netherlands Quarterly of Human Rights, 2017.

MIGALHAS. **Liberdade de imprensa e liberdade de expressão**. Disponível em: <https://www.migalhas.com.br/depeso/370047/liberdade-de-imprensa-e-liberdade-de-expressao>. Acesso em 01 jul. 2022.

MOISÉS, J. Á. Cultura política: crítica ao funcionamento das instituições. **Informações Cedec**, n. 4, jun. 1990, p. 4.

MOURA, Maurício. **A eleição disruptiva: por que Bolsonaro venceu**. Rio de Janeiro: Record, 2019.

MORAES, A. de. **Direitos humanos fundamentais**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2000.

MOROZOV, E. Big Tech: a ascensão dos dados e a morte da política. **Revista Ibero-Americana De Ciência Da Informação**, v. 12, n. 2, p. 642–645, 2019.

OLIVEIRA, A. S.; GOMES, P. O. Os limites da liberdade de expressão: fake news como ameaça a democracia. **Revista de Direitos e Garantias Fundamentais**, Vitória, v. 20, n. 2, p. 93-118, 2019. Disponível em: <https://sisbib.emnuvens.com.br/direitosegarantias/article/view/1645>. Acesso em: 25 fev. 2024.

PAULA, L. T., SILVA, T. D. R. S. e BLANCO, Y. A. ‘Pós-verdade e Fontes de Informação: um estudo sobre fake news’. **Revista Conhecimento em Ação**, v. 3, n. 1, p. 93–110, 2018.

RAIS, Diogo et al. **Direito eleitoral digital**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2018

RAIS, D.; FALCÃO, D.; GIACCHETTA, A. Z.; MENEGUETTI, P. **Direito eleitoral digital**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2018.

RAMOS, A. de C. **Curso de Direito Humanos**. 5. ed. São Paulo: Saraiva, 2017.

RONCOLATO, M. Whatsapp chega a 700 milhões de usuários. **Estado de São Paulo**, 2015. Disponível em: <https://link.estadao.com.br/noticias/geral,whatsapp-chega-a-700-milhoes-de-usuarios>. Acesso em: 5 jul. 2024.

SULZ, P. **O guia completo de Redes Sociais**: saiba tudo sobre as plataformas de mídiassociais! Disponível em: <https://rockcontent.com/blog/tudo-sobre-redes-sociais/> Acesso em 23 set. 2019.

TORQUATO, G. **Tratado de comunicação organizacional e política**. 2. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2013.

<https://www.migalhas.com.br/depeso/403214/desafios-tecnicos-e-riscos-tecnicos-e-juridicos-do-controle-digital>. Acesso em 01 jul. 2022.