

AS CONSEQUÊNCIAS DA REPLICAÇÃO PREMEDITADA DA DESINFORMAÇÃO

THE CONSEQUENCES OF PREMEDITED REPLICATION OF DISINFORMATION

Damaris Ester Almeida de Melo

Estudante de Direito na Universidade Estadual da Paraíba (UEPB).

Helka Waléria da Silva Carvalho

Estudante de Direito na Universidade Estadual da Paraíba (UEPB).

Nicole Barbosa Meira

Estudante de Direito na Universidade Estadual da Paraíba (UEPB).

Pedro Henrique do Nascimento Almeida

Estudante de Direito na Universidade Estadual da Paraíba (UEPB).

Vinicius Trovão de Melo Sousa

Estudante de Direito na Universidade Estadual da Paraíba (UEPB).

Resumo: Este artigo apresenta uma discussão teórica que parte de uma pesquisa bibliográfica e análise de casos referentes aos conceitos de desinformação, focado no Projeto de Lei (PL) nº 2630/20, na discussão sobre liberdade de expressão, nas redes sociais como vínculo de desinformação, além de uma análise do uso da desinformação nas eleições do Brasil e do mundo, cujo objetivo foi analisar a influência e o papel da tecnologia e sua responsabilidade em relação a desinformação, no âmbito do direito. Tendo como base a jurisprudência, doutrina, e casos práticos, possibilita uma articulação entre o conceito de desinformação, notícias falsas e liberdade de expressão. Conteúdos que evocam uma contradição, complexidade e compreensão na experiência humana e no mundo jurídico. Este artigo parte da necessidade de um olhar complexo ao papel da mídia na modernidade e sua responsabilidade pela informação verdadeira. Neste íterim, dá-se a importância do assunto tratado e o alerta da necessidade de conscientização acerca da desinformação, também da atuação do direito nos casos analisados.

Palavras-chave: Desinformação. Eleições. Liberdade de expressão. PL 2630/20. Telegram.

Abstract: This article presents a theoretical discussion that starts from a bibliographical research and analysis of cases referring to the concepts of disinformation, focused on PL Law 2630/20, on the discussion of freedom of expression, on social disinformation networks, in

addition to an analysis of the use of disinformation in the alliances of the world, whose role of technology has been studied and its responsibility in relation to disinformation, within the scope of law. Based on jurisprudence, doctrine, practical cases, it enables an articulation between the concept of disinformation, fake news and freedom of expression. Content that evokes an understanding and understanding of human experience and the legal world. This article starts from the need for a complex look at the role of the media in modernity and its responsibility for truthful information. In the meantime, the importance of the subject addressed is given and alert of the need to raise awareness about the misinformation of the performance of the law in the cases studied as well.

Keywords: Disinformation. Elections. Freedom of expression. PL Law 2630/20. Telegram.

Sumário: 1. Introdução – 2. Desinformação VS “Fake News”: 2.1. *Desinformatzia*; 2.2. Informações falsas; 2.3. A Procura da Informação – 3. Desinformação em eleições: 3.1. O Caso Americano; 3.2. Brexit; 3.3. No Brasil – 4. O que é a PL 2630/20?: 4.1. Banimento do Telegram – 5. A Liberdade de Expressão da Desinformação: 5.1. Liberdade de Expressão; 5.2. Influência da Desinformação no Meio Digital; 5.3. Limitação da Replicação de Desinformação VS Liberdade de Expressão – 6. Considerações finais – Referências.

1. INTRODUÇÃO

O presente artigo propõe uma discussão teórica que tem como base o fenômeno da desinformação, e tem por objetivo analisar as consequências desta no meio político do Brasil e do mundo, colocando em evidência no presente artigo as mídias sociais, audiovisuais e todo veículo de informação. O trabalho baseia-se em pesquisa bibliográfica, com análise de doutrina e jurisprudência referente ao tema e utiliza-se o método dedutivo.

Visando apresentar os recortes da liberdade de expressão, sua importância e relevância como um direito fundamental, compreender os crimes em que a desinformação compactua e a importância do direito e tecnologia da informação ao tratar de assuntos sociais, análise de casos de eleições ao redor do mundo que repercutiram por ter a participação direta da desinformação, e notícias falsas pelos veículos midiáticos e como a tecnologia possui capacidade de ao mesmo tempo informar e servir como catalisador da desinformação, sendo necessário observar sua responsabilidade em determinados casos, propondo uma discussão a respeito da fragmentação do conceito de liberdade de expressão e informação verdadeira.

Assim, na sessão sobre a desinformação vs “fake news”, é possível compreender a relação complexa entre momentos históricos em que a humanidade presenciou a utilização da desinformação como forma de propaganda, além da diferenciação entre os conceitos citados, ainda o paradoxo entre a tecnologia como forma de informação e desinformação. Ademais, destaca-se a análise de acontecimentos, especificamente, das eleições em que a desinformação teve alto impacto, tendo como norte a questão da política, sua importância

para o estado e a sociedade, além de constituir em uma análise mais específica do conceito de desinformação a ser estudado, a complexidade, e as consequências.

Na sessão sobre a PL 2630/20, é abordado com fundamentos legais e doutrinários as razões e necessidades para o projeto de lei, além de ser problematizado como foco do artigo o banimento da rede social “*telegram*”, ainda, na sessão sobre a liberdade de expressão da desinformação, iremos contextualizar acerca desse direito fundamental, discutindo sobre uma outra ótica referente ao ‘direito’ a desinformação. Por fim, na última sessão serão abordadas possibilidades de solução para que a disseminação da desinformação não continue a perpetuar. Assim, este artigo é um convite para um olhar teórico a partir do entendimento de desinformação, pois revela argumentos importantes sobre o papel da mídia referente à potencialização do induzimento ao erro premeditado em uma informação falsa.

2. DESINFORMAÇÃO VS “FAKE NEWS”

Inicialmente, nesta seção, será conceituado o termo ‘desinformação’, analisando seu fundamento histórico, procurando diferenciar o mesmo do fenômeno da “fake news”, ainda as possíveis formas em que se usa da desinformação, conscientemente com intenção de prejudicar, principalmente no meio político da sociedade brasileira, na ótica do direito e da tecnologia, com base nos princípios estudados.

2.1. DESINFORMATZIA

Os primeiros registros do termo a ser conceituado são datados de 17 de fevereiro de 1887, o termo presente no jornal “*Medicine Logde Cresset*” da cidade do Kansas, trata sobre um acontecimento entre alguns homens que gerou o comentário:

Bill Campbell of the Sun City Union put in an appearance at the Cresset office and claimed attendance — Frank Whitaker , B. P. Ayers and Dan Cornue escorted him. The amount of disinformation disseminated by the Sun City delegation is immense (M. L. CRESSET, 1887)¹.

Sendo assim, quando é observado de forma etimológica a palavra *disinformation*, se tem a junção dos termos em latim *des* (negativo) e *informatio* (conceito, ideia, aspecto, formal), conseqüentemente, o significado puro é, simplifadamente, “não informação” ou “falta de informação”.

Na língua portuguesa, o termo desinformação entrou no idioma em meados de 1955, tendo sua origem influenciada diretamente na língua inglesa, seu significado de acordo com o dicionário Michaelis consiste em “Dados falsos que induzem ao erro”, ainda, segundo o dicionário online de português, desinformação é “Informação inverídica ou errada que é

¹Bill Campbell do Sun City Union fez uma aparição no escritório da Cresset e demandou ser atendido — Frank Whitaker, B. P. Ayers e Dan Cornue escoltaram ele. A quantidade de desinformação disseminada pela delegação do Sun City é imensa (1887, M. L. CRESSET, tradução livre).

divulgada com o objetivo de induzir em erro”.

Neste íterim, o conceito de desinformação de modo a ser estudado nesse artigo apenas veio à tona pela KGB (*Komitet Gosudarstvennoi Bezopasnosti*), em russo, *dezinformatsiya*, da qual, conforme o general Romeno Ion Mihai Paceba (1928-2021), em seu livro “Disinformation: Former Spy Chief Reveals Secret Strategies for Undermining Freedom, Attacking Religion, and Promoting Terrorism”, o próprio Joseph Stalin (1922-1952) ex-líder da antiga união soviética cunhou a palavra especialmente para que se assemelha a pronúncia do idioma francês.

There was a major condition for disinformation to succeed, and that was that a story should always be built around a “kernel of truth” that would lend credibility.[...] To be on the safe side, Stalin decided to make disinformation look as if it also were historically French (PACEPA e RYCHLAK, 2013. p. 91)².

Dezinformatsiya, teve sua entrada no dicionário russo em 1952, e seu significado é, em tese, a ideia de propagar falsas informações deliberadamente, principalmente, com o viés de se fazer acreditar que a notícia/informação foi feita por aqueles em que a intenção era se fazer desacreditar.

O papel da KGB, principalmente, do departamento de propaganda da união soviética possui uma influência enorme ainda atualmente na contínua utilização desse artifício em campanhas políticas em todo o mundo, por isso, interessa a análise aprofundada das consequências da desinformação na sociedade brasileira hoje, pois, diferente do momento histórico da Guerra Fria, a globalização, a tecnologia e a informação sofreram mudanças que possuem impacto desde a economia ao dia-a-dia dos cidadãos brasileiros e do mundo.

Dessa forma, fica claro que o conceito de desinformação a ser estudado não é ideia de algo ou alguém não possuir conhecimento de um assunto, mas, sim, a intenção direta de disseminar notícia, ou, informação em que aquele que o faz tem consciência que é mentirosa, e, ainda, a faz para conseguir produzir um efeito na pessoa ou em um grupo para que cometa um erro ou faça o alvo da informação falsa ser desacreditado.

2.2. INFORMAÇÕES FALSAS

Conseqüentemente, pensar na propagação de informações falsas pode causar nas pessoas a ideia de que se assemelha ao conceito de desinformação, e, mesmo se assemelhando, são dois fenômenos diferentes, de origens diferentes e possuem impactos diferentes na sociedade.

Com isso, como comentado no subtópico anterior, quando tratamos de desinformação, não se está pensando no cidadão que compartilha uma notícia X acreditando ser real, e por sua ignorância e falta de conhecimento acaba contribuindo para o avanço em uma progressão por

²Tinha uma condição maior para que “disinformation” fosse um sucesso, e essa era que a notícia criada deveria sempre ser criada baseado em um núcleo de verdade, e isso tenderia a ter mais credibilidade. Para ser mais seguro, Stalin decidiu que a palavra desinformação devia aparentar que era historicamente francesa (PACEPA e RYCHLAK, 2013. p. 91, tradução livre).

vezes geométrica de uma mentira. Dessa forma, trata-se de informações falsas, comumente conhecida como “*Fake News*”, termo até equivocadamente utilizado, outrossim, quando pensamos em notícia imaginamos que exista uma veracidade e credibilidade onde o interesse público esteja sendo resguardado, lidamos exatamente com a falta de informação.

Portanto, visto isso, a propagação de informações falsas atinge todos os âmbitos sociais, escalando desde a política, mas, principalmente, atingindo aqueles que possuem um holofote maior na sociedade, desde celebridades, músicos, atores e atrizes, até mesmo questões sociais, religiosas e esportistas.

Ante o exposto, entende-se a diferença entre desinformação e notícias falsas, percebe-se que o intuito da desinformação, da qual será estudado nesse artigo é o aspecto da propaganda falsa, em que será visada para minar a descreditação de um grupo, especificamente, político, de forma deliberada, na maioria das vezes, orquestrada, ou seja, consciente, de modo a conduzir a pessoa ao erro.

2.3. A PROCURA DA INFORMAÇÃO

Antes o exposto, sabendo a diferenciação entre os termos discutidos, e inserindo a perspectiva da tecnologia e do direito ao estudo do artigo, passamos a analisar que ao decorrer das evoluções tecnológicas, junto à globalização, e a rápida circulação de notícias e informações, principalmente, o uso das redes sociais como instrumento principal da comunicação, observa-se que o estopim da desinformação na era tecnológica no Brasil se deu em meados de 2016 e até os dias atuais o país vive uma infodemia.

Infodemia, de acordo com Academia Brasileira de Letras é a:

Denominação dada ao volume excessivo de informações, muitas delas imprecisas ou falsas (desinformação), sobre determinado assunto (como a pandemia, por exemplo), que se multiplicam e se propagam de forma rápida e incontrolável, o que dificulta o acesso a orientações e fontes confiáveis, causando confusão, desorientação e inúmeros prejuízos à vida das pessoas (ACADEMIA, 2020).

Consoante aos dados extraídos da ferramenta “Google Trends”, do qual informa a frequência em que um termo é pesquisado e procurado em várias regiões do mundo. E, a partir dessa pesquisa, datada entre 01 de janeiro de 2016 a 09 de março de 2022, os períodos de pico em que o termo “desinformação” foi procurado se deram entre julho de 2018 a outubro de 2018, fevereiro de 2020 a junho de 2020, também em fevereiro de 2021 a março de 2021. Portanto, quando analisamos o momento histórico vivenciado nos períodos citados, temos que primeiramente, de julho de 2018 a outubro de 2018 estava ocorrendo no Brasil as eleições para presidente da república, eleição dos governadores, eleição dos senadores e eleição dos deputados federais e estaduais.

Certamente, sabemos que em fevereiro de 2020 o mundo como um todo deu os primeiros passos ao acontecimento da pandemia da Coronavírus (COVID-19), o que ainda ocasiona mais de 6 milhões de mortes em todo mundo, e cerca de 639 mil no Brasil, de acordo com o monitoramento da Universidade John Hopkins nos Estados Unidos. As consequências da pandemia e o impacto também da desinformação nesse período são extremamente relevantes, principalmente, com a necessidade da vacinação.

É interessante analisar que o poder da tecnologia, e, quando falamos de tecnologia queremos ser específicos em tratar da *'internet'*, é a capacidade dela em conectar todos e de forma paradoxal afastar todos. Neste artigo, não analisaremos os efeitos sociais da *'internet'* no contexto geral, mas, especificamente na política mundial e sua influência nas decisões políticas de uma nação.

Por isso, ressalte-se o que parece ser cômico, contudo, não é, mas, a procura de se entender a desinformação é potencialmente maior em momentos em que a desinformação devasta todos os veículos midiáticos, jornalísticos e de informação. Desta forma, ao imaginarmos que a *'internet'* seria a maior aliada para que o conhecimento seja de certa forma acessível para todos, não se esperava que também seria a maior aliada da ignorância. É com isso em mente que no próximo tópico, especificamente, aprofundaremos o assunto acerca do impacto e consequências da desinformação nas eleições no Brasil e no mundo.

3. DESINFORMAÇÃO EM ELEIÇÕES

A desinformação tem sido instrumento de manipulação em diversas frentes da sociedade, servindo interesses de grandes influências interessadas em guiar a percepção e opinião pública da forma que melhor as interessem. A tentativa de chegar ou se manter no poder político tem sido ambiente propício de desinformação desde tempos imemoriais em eleições, transmutando-se em algo de magnitude rigorosamente maior com a chegada das redes sociais e ampliação de acesso à internet banda larga ao redor do globo.

3.1. O CASO AMERICANO

A eleição presidencial entre a democrata Hillary Clinton e o republicano Donald Trump nos Estados Unidos foi responsável pelo pontapé inicial no refinamento massivo do uso da desinformação para angariar a percepção pública, com participação ampla das redes sociais para composição do fenômeno. Em estudo feito por Harvard sobre desinformação e partidarismo nas redes na eleição de 2016, é observado que:

The most obvious forms of disinformation are most prevalent on social media and in the most partisan fringes of the media landscape. Greater popularity on social media than attention from media peers is a strong indicator of reporting that is partisan and, in some cases, dubious.

Among the set of top 100 media sources by inlinks or social media shares, seven sources, all from the partisan right or partisan left, receive substantially more attention on social media than links from other media outlets (FARRIS *et al.*, 2017, p. 15)³.

Portanto, nota-se que a desinformação é mais relevante no âmbito das redes sociais do que nunca. Observa-se que as principais fontes de mídia partidárias, ou seja, mais voláteis e sensíveis, atraem mais atenção através das redes do que por qualquer outra plataforma, revelando o potencial destrutivo que essa plataforma tem, mas era subutilizado. Ademais, percebe-se que o foco excessivo direcionado a notícias verdadeiras — como escândalos, à exemplo do caso relativo aos e-mails de Hillary — foram muito mais explorados que a desconfiança nos porta-vozes de notícias tradicionais, fenômeno este que Trump cunhou como “*fake news*”, discurso este que teve mais presença no período de pós-eleição (FARRIS *et al.*, 2017, p. 21). Tal fato escancara que o fenômeno da desinformação consegue ser alavancado até mesmo por meio de notícias verdadeiras, mas propagadas de forma unilateral ou tendenciosas, não revelando o outro lado da história com o mesmo peso.

Não obstante, os sites mais referenciados através de *links* por outros veículos ou compartilhamentos em redes costumavam ter o mesmo perfil quando se tratava de pessoas pró-trump ou pró-hillary. Os sites mais compartilhados em um lado não costumam aparecer em perfis dos eleitores de pensamento contrário, em que pese sua falta de imparcialidade, considerando que os mesmos costumavam magnificar os erros do outro candidato enquanto suavizam os do seu, prática está mais apelativa em sites apoiadores do candidato republicano, como o Breitbart. A repetição excessiva deste tipo de prática evidencia um seletismo de notícias e confiabilidade, fazendo com que o efeito bolha fique cada vez mais forte entre os eleitores e propicie um terreno fértil para desinformação.

Outro caso extremamente polêmico surgiu em face da empresa Cambridge Analytica. O Facebook autorizou repassar informação de mais de 50 milhões de seus usuários sem qualquer autorização (G1, 2018) para supracitada empresa, a qual era uma das responsáveis pelo *marketing* direcionado ao Brexit e a campanha de Donald Trump, além do fato de ser presidida, na época, por Steve Bannon, assessor do mesmo e um dos mais ferrenhos apoiadores do agora ex-presidente.

Acontece que a empresa, através de um teste de personalidade, fez um verdadeiro mapa de personalidade dos indivíduos que o responderam, cunhando-o de OCEAN, categorizado em “[...] (openness, conscientiousness, extraversion, agreeableness, and neuroticism) and correlated it with their Facebook activity (likes and shares)” (ISAAK; HANNA, 2018, p. 57).

³As formas mais óbvias de desinformação são mais prevalentes em redes sociais e nas partes mais partidárias do cenário da mídia. Maior popularidade nas redes sociais do que atenção dos pares de mídia é um forte indicador de reportagem partidária e, em alguns casos, duvidosas. Entre o top 100 de fontes de mídia por inlinks ou compartilhamentos através de redes sociais, sete fontes, todos oriundos da direita partidária ou esquerda partidária, recebem substancialmente mais atenção de redes sociais do que outros meios de mídia.

⁴(abertura, conscienciosidade, extroversão, amabilidade e neuroticismo) e correlacionados com a sua atividade de Facebook (likes e compartilhamentos).

A Cambridge Analytica, através desse teste, praticava a clássica manobra de desinformação, tendenciosamente recomendando conteúdo pró-trump e anti-hillary, acarretando pouca possibilidade de contraponto de conteúdo a favor da candidata democrata chegar aos olhos dos abarcados pela cobertura da empresa.

3.2. BREXIT

O BREXIT foi a maior movimentação atual da União Europeia. Apesar de não se tratar de eleição a um cargo eletivo tal como é feito na ocupação de cadeiras pertencentes ao poder legislativo ou executivo, foi realizado referendo acerca da permanência ou saída do país da UE, sendo ele decisivo para qualquer tomada de decisão que o Reino Unido viesse a tomar.

Assim como aconteceu nos Estados Unidos, esta votação foi assolada por desinformação. A Cambridge Analytica também agiu no país europeu e, de acordo com ex-trabalhador da empresa Christopher Wylie, o BREXIT sequer teria acontecido sem a intervenção da corporação, afirmando que:

[...] É importante porque o referendo foi ganho com menos de 2% dos votos e muito dinheiro foi gasto em publicidade na medida certa, com base em dados pessoais. Essa quantidade de dinheiro compraria milhões e milhões de impressões. Se você se dirige a um grupo pequeno, pode ser definitivo. Se você soma todos os grupos que fizeram campanha pelo Brexit, era um terço de todo o gasto. E estamos diante de algo fundamental para o modelo constitucional deste país e para o futuro da Europa (EL PAÍS, 2018).

No mais, o referendo foi contaminado por *bots* utilizados para o fim de realçar o lado que desejava votar para sair ou ficar na UE. De acordo com Marco Bastos e Dan Mercea (2017, p. 51), “we uncovered a network of Twitterbots comprising 13,493 accounts that tweeted the UK EU membership referendum, which were deactivated or removed by Twitter shortly after polling stations closed”. Anunciam os supracitados autores que a maioria dos *bots* estavam programados para ajudar a votação em prol do “*Leave vote*”.

Não obstante, a desinformação parece não se ater somente a eleições no Reino Unido, mas também em outros países, como a Itália. Em pesquisa realizada, foi notado que um dos porta vozes mais influentes nas redes sociais do país, o *voxnews*, era uma figura delicada quando se fala em desinformação, conforme puderam ver Francesco Pierri e seus colaboradores:

With approximately 200k tweets (over 50% of the total volume) and 6k articles (about 1/3 of the total number), “voxnews.info” stands out on all other sources; this outlet spreads disinformation spanning several subjects, from immigration to health-care and conspiratorial theories, and it runs campaigns against fact-checkers as well as labeling its articles with false “fact-checking” labels as to deceive readers (PIERRI; ARTONI; CERI, 2020, p. 8)⁵

⁵Com aproximadamente 200.000 tweets (por volta de 50% do volume total) e 6.000 artigos (aproximadamente 1/3 do número total), “voxnews.info” se destaca das demais fontes; esse canal espalha desinformação sobre vários assuntos, abrangendo imigração, assistência médica e teorias da conspiração, e executa campanhas contra checadores de fatos, rotulando seus artigos como falsa checagem de fatos para enganar leitores.

Dessa forma, analisa-se que a desinformação na internet no âmbito das eleições, está se tornando um fenômeno cada vez mais comum nas disputas ocidentais. Não obstante, trata-se de esforço deliberado, construindo-se verdadeiras cadeias produtivas complexas (como se pode averiguar com a Cambridge Analytica) com o objetivo de desvirtuar a informação séria e imparcial ao eleitor.

3.3. NO BRASIL

Atualmente, é comum observar no debate político a especial preocupação com a lisura da eleição a ser realizada neste ano de 2022. Como é de conhecimento geral, faltando mais de um ano para a disputa, o país entrou em convulsão em razão da polarização referente à impressão dos votos, culminando em confrontos diretos entre ministros do Superior Tribunal Federal (STF), sobretudo Luís Roberto Barroso, e o presidente Jair Bolsonaro, o qual convocou manifestações grandiosas no dia 07 de Setembro de 2021. Na opinião do Presidente, houve fraude na eleição em que foi eleito, citando que deveria ter ganhado a disputa logo no primeiro turno. Contudo, o mesmo admite não ter provas para legitimar tal fala, reafirmando a frase em sua *live* semanal do dia 29/07 no ano de 2021 “não tenho provas de que há fraude, mas também não há provas de que não há” (CONGRESSOEMFOCO, 2021), evidenciando que a desinformação ao redor das eleições já estão acontecendo muito antes da própria disputa. Isto não é um problema isolado, a confiança no sistema eleitoral é atacada há tempos, conforme diz estudo coordenado por Marco Aurelio Ruediger e Amaro Grassi, o qual foi publicado pela Fundação Getúlio Vargas (FGV):

Em sete anos, foram identificadas 337.204 publicações que colocavam sob suspeição a lisura das eleições brasileiras. A maior parte, 335.169, foi localizada no Facebook e soma 16.107.846 interações. O restante corresponde a 2.035 posts no YouTube com 23.807.390 visualizações. A métrica do YouTube é mais contundente para mensurar o alcance dessas mensagens, porque consiste em todos que assistiram e não somente interagiram (por reações, comentários ou compartilhamentos) com o conteúdo. Isso denota que o alcance da mensagem, no Facebook, é maior do que os dados obtidos via métrica desta plataforma (RUEDIGER; GRASSI, 2020).

Concomitantemente, o supracitado ministro demonstrou preocupação com o aplicativo *Telegram*, chegando a enviar uma carta ao proprietário do mesmo, Pavel Durov. O objetivo do ministro, na posição de presidente do Tribunal Superior Eleitoral, era pedir pela cooperação no combate à desinformação (TSE, 2021). Em entrevista ao *Correio Braziliense* realizada após ter o envio da carta frustrada, o mesmo salientou que o STF possui a faculdade de suspender o aplicativo caso este não siga a legislação vigente no país, porém apela para que o poder judiciário seja o principal personagem para lidar com o problema (2022). Este acontecimento gerou certa convulsão, a qual será tratada posteriormente.

Com este cenário em mente, cabe revisitar o papel da desinformação que abarcou o Brasil na histórica eleição de 2018. O aplicativo de mensagens “*WhatsApp*” se mostrou um elemento

diferenciador da experiência brasileira em relação ao estadunidense, ao passo que este instrumento é pouco utilizado no país norte americano. De acordo com o Digital News (*apud* DOS SANTOS *et al.*, 2019, p. 310), o uso do aplicativo para notícias subiu 46% entre 2016 e 2018. Não obstante, é incrivelmente difícil estabelecer um controle combativo a desinformação neste meio tendo em vista o funcionamento intrínseco do aplicativo. Explica José Guilherme dos Santos e seus demais colaboradores:

O aplicativo não possui perfis públicos localizáveis por busca, algoritmos de impulsionamento de visibilidade, agregação automática de informação social ou entrega direcionada de conteúdo. Pelo contrário, limita o número de encaminhamentos diretos e o número de pessoas que podem pertencer a cada grupo, descartando elementos considerados peças chave na viabilidade de viralizações rápidas e recorrentes em plataformas como Facebook. A viralização de uma notícia falsa exige um aumento exponencial de visibilidade a cada encaminhamento, incompatível com índices normais de compartilhamento individual em redes de contatos privados. É neste ponto que os grupos de WhatsApp dedicados à política, em geral segmentados, com mais de duzentas e cinquenta pessoas cada e canais de comunicação entre si, entram em cena (DOS SANTOS *et al.*, 2019, p. 311-312).

Ademais, o aplicativo funciona com a utilização de comunicação fragmentada entre grupos. Em outras palavras, existem milhares de grupos com determinado número de pessoas, sendo todos eles plenamente capazes de disseminar desinformação, não possuindo um meio de centralização da informação disseminada, como é possível observar em outras redes sociais, como o Facebook (DOS SANTOS *et al.*, 2019). Desta forma, um grupo pode funcionar independentemente dos outros, não importando, por exemplo, sua remoção do aplicativo, já que pouco afetará os outros que já funcionam sob essa dinâmica.

Neste sentido, restou completamente prejudicada a informação verificada sob crivo rigoroso do olhar jornalístico. Sem a devida checagem, diversas informações tendenciosas, convenientemente omissas ou descaradamente falsas chegaram ao público. A título de exemplificação, é válida a observação derivada da sondagem realizada pelo Atlas Político e noticiada pelo El País:

O Atlas Político perguntou ainda se os eleitores acreditavam na distribuição, pelos Governo do PT, do chamado "kit gay", nome pejorativo dado por Bolsonaro a um material anti-homofobia que jamais chegou a circular, muito menos para crianças de seis anos, como disse o candidato. Nada menos que 36% das pessoas disseram crer na informação mentirosa, que o TSE obrigaria Bolsonaro a tirar das redes poucos dias atrás, contra 45% que disseram que não — apenas 4% disseram não ter tomado conhecimento do tema. Num caso ainda mais absurdo, nada menos que 15% das pessoas disseram acreditar que Fernando Haddad defendeu o fim do tabu do incesto em livro, algo publicado pelo filósofo de extrema direita Olavo de Carvalho em suas redes (30% disseram não acreditar, 34% não tinham ouvido falar e 21% não souberam ou não quiseram responder) (EL PAÍS, 2018).

Não obstante, as redes sociais funcionam de forma interconectada. Como explicou Tatiana Dourado (2020), o *WhatsApp*, *Facebook* e *Twitter* muitas das vezes replicavam as mesmas notícias tendenciosas ou falsas, revelando um esforço efetivo para atingir o maior número de pessoas, sendo o *Facebook* e o *WhatsApp* as redes mais ativas. Concomitantemente o uso de robôs foi fator marcante nas eleições e de difícil identificação. Explica a supracitada doutoranda (2020) que mesmo em uma amostra de 451 perfis analisados, nunca se pode ter 100% de ter certeza sobre a afirmação de um perfil nas redes ser um bot ou não, usando a classificação através da probabilidade, ou, em outras palavras, “parece robô”.

Como se sabe, a automatização de perfis tem potencial extremamente danoso para eleições, porquanto funcionam obedecendo algoritmos e só são impedidos quando a própria plataforma os suspende, tornando verdadeiros potenciais propagadores incansáveis de desinformação ou notícias falsas.

4. O QUE É A PL 2630/20?

O projeto de Lei 2630/20, popularmente conhecido como o “PL das Fake News” já aprovado no Senado e que em breve deve ser votado na Câmara dos Deputados, dispõe, basicamente, a respeito do combate às notícias falsas em redes sociais e seus serviços de mensagens.

O projeto é de autoria do Senador Alessandro Vieira (cidadania), destarte, o projeto apresenta a instituição da Lei Brasileira de Liberdade, Responsabilidade e Transparência na internet, buscando a criação de mecanismos combativos à disseminação de notícias falsas nas plataformas digitais. A explicação da Ementa apresenta:

Estabelece normas relativas à transparência de redes sociais e de serviços de mensagens privadas, sobretudo no tocante à responsabilidade dos provedores pelo combate à desinformação e pelo aumento da transparência na internet, à transparência em relação a conteúdos patrocinados e à atuação do poder público, bem como estabelece sanções para o descumprimento da lei (VIEIRA, 2020).

Nota-se, assim, que a proposta contém regras para as empresas provedoras das redes sociais, desse modo, segundo os defensores do projeto ora em análise, busca-se o combate às notícias falsas. Todavia, tem-se argumentos contrários à proposta.

Recentemente, a empresa *Facebook* lançou uma campanha publicitária contra o PL das *Fake News*, em nota, fundamenta de modo contrário ao projeto de Lei nº 2630/2020, considerando o texto da lei contestável e receando prováveis problemas, tendo em vista as condições atuais do projeto. Além do *Facebook*, outras plataformas também se posicionaram, em carta conjunta, de forma oposta sobre o PL, como, por exemplo, *Google*, *Twitter* e Mercado Livre assinaram uma carta contra-argumentando pontos basilares do projeto.

De maneira contundente, todas as empresas mencionadas declaram posições no sentido contrário à difusão e divulgação de notícias falsas, entretanto, argumentam que o Projeto de

de Lei nº 2630/2020 corresponde, atualmente, a uma ameaça à *internet* livre, aberta e democrática, tendo em vista que o PL, além de outros fatores, visa a remuneração aos veículos jornalísticos que publiquem nas plataformas, dessa maneira, de acordo com as empresas, em caso de aprovação, haverá o favorecimento dos grandes grupos midiáticos e tradicionais e, conseqüentemente, prejuízos a jornalistas independentes.

Ademais, aponta-se que o projeto determina de modo genérico o formato da remuneração dos veículos de imprensa que publiquem nas plataformas. Conforme reportagem de Nilton Kleina pelo Tecmundo (2022), a empresa *Facebook* manifestou-se da seguinte forma acerca da versão atual do projeto: “traz conseqüências negativas às pequenas empresas que usam publicidade online para vender mais e gerar mais empregos.” e que “milhares de pequenos e médios negócios, como padaria ou a pizzaria do bairro, não poderão mais anunciar seus produtos com eficiência e a custo baixo na internet.”

Entre todos os artigos do PL, o 7º é o mais constatado, pois aduz:

Os provedores de redes sociais e de serviços de mensageria privada poderão requerer dos usuários e responsáveis pela conta, em caso de denúncias por desrespeito a esta Lei, no caso de indícios de contas automatizadas não identificadas como tal, de indícios de contas inautênticas ou ainda nos casos de ordem judicial, que confirmem sua identificação, inclusive por meio da apresentação de documento de identidade válido (VIEIRA, 2020).

Dessa maneira, à luz do artigo supramencionado, torna-se demasiada dificuldade a entrega de publicidade direcionada. Assim, empresas que trabalham com ferramentas de segmentação serão expostas, dessa maneira, clientes e agências entram em risco. De acordo com a reportagem do portal meio&mensagem (2022), argumenta o Bureau que a publicidade é um ponto nevrálgico à economia, posto que movimentou cerca de R\$ 23 bilhões de reais em 2020, 90% em anúncios segmentados.

4.1. BANIMENTO DO TELEGRAM

Em paralelo a isso, atenta-se para uma possível e polêmica decisão judicial em relação ao banimento do *Telegram* do Brasil. Dessa maneira, a ausência e conseqüentemente inexistência de contato com a representação internacional do aplicativo, tendo em vista que a rede não possui escritório em nosso país, prejudica reuniões e investigações, sobretudo no combate a desinformação e *fakes news*.

Rememorando o cenário posto anteriormente, o ministro Luís Roberto Barroso, presidente do Tribunal Superior Eleitoral (TSE), enviou um ofício ao diretor executivo do aplicativo, Pavel Durov, solicitando uma reunião que buscasse alternativas para combater a desinformação de forma conjunta ao aplicativo, contudo, não houve resposta alguma da empresa.

A título de exemplo, instituições, como, o Ministério Público Federal (MPF) e o próprio

Supremo Tribunal Federal (STF) já sofreram com a ausência de contato por parte do *Telegram*. Recorda-se, dessa maneira, que durante o inquérito das *Fake News*, o STF chegou a buscar contato com a empresa — que fica sediada em Dubai, todavia, não obteve resposta alguma. Isto posto, destaca-se o ano eleitoral de 2022, destarte, visando, segundo TSE, confrontar e minimizar os efeitos da desinformação e *fakes news* na corrida eleitoral, levando em consideração a impossibilidade de respostas dos representantes do aplicativo, bloquear ou banir o aplicativo do Brasil se apresenta como uma possibilidade.

Por fim, demonstra-se que o *Telegram* não vem cooperando com as investigações em nosso país, todavia, essa não é uma exclusividade brasileira, posto que, outros países apresentam semelhantes alegações. De acordo com a reportagem CNN Brasil (2022), a Alemanha também considera banir o aplicativo do país, tendo em vista discursos de ódio e *fake news*, sobretudo em relação às vacinas durante a pandemia.

Criou-se no Brasil, de certa maneira, uma expectativa acerca de uma legislação que tratasse do tema, impossibilitando, dessa maneira, o funcionamento de aplicativos que não tenham representação em nosso país. Porém, não há tempo hábil considerado para tal legislação, visto que o enfoque maior é consequência negativa da utilização do *Telegram* nas eleições brasileiras.

5. A LIBERDADE DE EXPRESSÃO DA DESINFORMAÇÃO

A liberdade de expressão é direito fundamental e condição necessária para o exercício da cidadania. Assegurado em diversas Cartas Magnas pelo mundo, o direito à livre expressão serve como garantia de existência da pluralidade de pensamentos e posicionamentos, representando direito constitucional garantidor do livre debate de opiniões e, principalmente, servindo como alicerce do Estado democrático. Contudo, ao lado do direito de expor aquilo que cada indivíduo entende como liberdade de expressão, está a desinformação, que corresponde a replicação de informações falsas por indivíduos com o propósito de induzir determinados grupos ao erro, colocando em risco toda a estrutura social.

5.1. LIBERDADE DE EXPRESSÃO

Primordialmente, observa-se que, o direito à liberdade de expressão encontra-se presente em diversos tratados internacionais, destacando-se, como exemplo, o art. 19 da Declaração Universal dos Direitos Humanos da Organização das Nações Unidas (ONU), discorrendo que:

Todo o indivíduo tem direito à liberdade de opinião e de expressão, o que implica o direito de não ser inquietado pelas suas opiniões e o de procurar, receber e difundir, sem consideração de fronteiras, informações e ideias por qualquer meio de expressão (ASSEMBLEIA GERAL DA ONU, 1948).

Dessa forma, a liberdade de expressão representa direito fundamental do ser humano, sendo

muito mais do que a simples manifestação e exposição de opiniões ou pensamentos: representa o direito à expressão de gênero, de expor a crença, posicionamento político ou ideológico, etc., sendo basilar para estabelecer o convívio social na sociedade. Ademais, compreende-se que, ter a liberdade de posicionar-se diante de qualquer assunto em meio social simboliza a luta de muitas pessoas, que à sua época, sofreram censura e não tiveram os mesmos direitos que hoje são assegurados.

Destarte, é possível constatar que em diversos períodos da história mundial houveram supressões à liberdade de expressão, entrando em seu lugar a censura e a perseguição. No Brasil, como exemplo, o Golpe de 1964, mais conhecido como Ditadura Militar — momento de muita instabilidade política e presença de um governo autoritário, pessoas que expressassem sua opinião, fosse falando, protestando ou por qualquer outro meio de comunicação, eram perseguidos, torturados, e por muitas vezes assassinados, restando para aqueles que presenciaram tamanha brutalidade o medo de sofrer as mesmas penalizações. Dessa forma, a garantia da livre exposição de pensamentos e opiniões representou, para as pessoas que viveram governos autoritários e para toda a sociedade, a possibilidade de viver livremente.

5.2. INFLUÊNCIA DA DESINFORMAÇÃO NO MEIO DIGITAL

Com o decorrer do tempo e com cada vez mais direitos garantidos, as mudanças sociais e tecnológicas avançaram e modificaram a forma de viver e de se expressar de cada indivíduo. Atualmente, com apenas um clique, é possível publicar e se informar em tempo real, pois as publicações em rede alcançam milhares de pessoas, que podem opinar e reproduzir a publicação vista, representando a aplicação direta do direito à liberdade de expressão.

Isto se dá pelo fato de que, estando na era da tecnologia, o acesso em massa às redes sociais e demais páginas na *web*, garantiu que a liberdade de expressão ganhasse espaço na rede por meio de publicações, compartilhamentos, debates, etc., manifestando assim o livre pensamento e posicionamento dos usuários. Entretanto, ao passo que é fácil e rápido expor uma opinião — e quem o faz está exercendo direito fundamental, muitos indivíduos, na maioria das vezes para atingir determinados grupos, repassam conscientemente informações que geram a desinformação, sem importar-se com o quão nociva socialmente poderá ser essa publicação, pois o principal intuito é gerar a desinformação.

Outrossim, de acordo com dados de pesquisa realizada pelo Instituto de Tecnologia de Massachusetts (MIT) e publicada na revista *Science* em 2017, noticiada no jornal *O Estado de S. Paulo*, notícias falsas se disseminam 70% mais rápido do que notícias verdadeiras, e conseguem alcançar um maior número de internautas. Com isso, é possível identificar que, a disseminação de notícias falsas com intuito de desinformar e induzir ao erro, são replicadas com maior facilidade. Além disso, em notícias de cunho político a propagação é 3 vezes maior, demonstrando que a disseminação da desinformação tem seu ponto central quando se trata de política.

Ademais, no Brasil, segundo pesquisa realizada em 2019 pela Datasenado nomeada como “Redes Sociais, Notícias Falsas e Privacidade de Dados na Internet”, 83% dos brasileiros, em média, reconhecem que as redes sociais exercem grande influência na opinião pública, por meio da distribuição de informações na rede, sendo essas informações verídicas ou não. Outro ponto destacado na pesquisa é que cerca de 45% dos entrevistados afirmaram terem decidido o voto nas eleições de 2018 baseados em informações vistas nas redes sociais.

Diante do exposto, é observado que as informações disponibilizadas no meio digital servem como meio de condicionamento opinativo daqueles que a acessam. Com isso, muitos indivíduos acabam se informando, como por exemplo pelas redes sociais (*instagram, Facebook, Twitter, Whatsapp, Telegram* etc.), por publicações que já são disponibilizadas propositalmente com o intuito de ludibriar ou enganar, seja com manchetes sensacionalistas ou evidentemente falsas. Dessa forma, a desinformação em massa possibilitada pelo acesso rápido a informações representa riscos à sociedade, servindo como grande influenciador da decisão de milhares de pessoas, não só no Brasil, mas em todo o mundo.

5.3. LIMITAÇÃO DA REPLICAÇÃO DE DESINFORMAÇÃO VS LIBERDADE DE EXPRESSÃO

Por se tratar de uma garantia fundamental e constitucional, tratar da limitação à liberdade de expressão caracteriza-se como censura, sendo assim proibido constitucionalmente. No entanto, ao permitir que usuários compartilhem intencionalmente informações falsas nas redes, buscando atingir determinados grupos com a desinformação, chega-se ao questionamento: limitar ou não o acesso aos meios de replicação das informações pelos usuários?

Isto pois, ao tentar limitar o acesso de pessoas às redes, por exemplo, estará ocorrendo desrespeito ao livre posicionamento, pensamento e opinião, algo que era visto em situações de regimes autoritários. Mas, por outro lado, permitir que usuários disseminem desinformação sem sofrer sanções, ou seja, sem existir legalmente um combate efetivo, fará com que informações falsas sejam cada vez mais acessadas e compartilhadas, causando instabilidades não somente na política, como em vários casos, mas também em toda a sociedade.

Dessa forma, o respeito à liberdade de expressão deverá sempre prevalecer e ser respeitado, pois direito fundamental assegurado constitucionalmente. Entretanto, em contrapartida, a fiscalização da publicação e replicação de informações de cunho falso deverá ser eficaz e permanente, pois na atual situação tecnológica em que a sociedade se encontra, uma informação falsa que cause a desinformação poderá ter relação direta com o desfecho de uma eleição, de algum conflito, seja territorial ou não, e até mesmo poderá colocar em risco a vida de outros indivíduos.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante de todo esse cenário, antes de tudo, é mister ressaltar que apesar de ser uma invenção

recente do século XX, o surgimento da Internet transformou e continua transformando em potencial toda a forma de comunicação existente na sociedade, servindo como um enorme catalisador na difusão de informações. As dificuldades oriundas disso é que apesar dela ter trazido tantos benefícios, à exemplo da rapidez e fácil acesso e troca de comunicação entre a população mundial, também trouxe consigo outros problemas como o do tema principal deste artigo, a desinformação.

Destarte, como visto anteriormente, é necessário destacar que apesar de conectadas entre si, a desinformação não pode confundir-se com as denominadas "*fake news*", levando em consideração que essa se expressa com a intenção direta de disseminar notícia, a fim de conseguir produzir um efeito na pessoa ou em um grupo induzindo-os ao erro, feito de modo articulado pelo agente. A partir da discussão sobre a temática, também foi falado sobre como esse tipo de manipulação teve influência politicamente não só em eleições nacionais, como também nas internacionais, o que torna inegável que a problemática estende-se além do território brasileiro.

Ademais, atrelado a isto, foi debatida a questão do projeto de Lei nº 2630/20, popularmente conhecida como "PL das *fake news*", e também sobre o possível banimento do aplicativo *Telegram*. Diante do exposto, faz-se exponencialmente necessária a exposição de algumas soluções alternativas para o caso. Para isso, é mister identificar que o grande agente precursor da desinformação, são as empresas jornalísticas e de outros meios de comunicação da Era digital, como forma de atingir grupos específicos e manobrar as massas para que a população seja apenas a maneira mais efetiva de passar aquela informação falsa para frente.

Desse modo, faz-se pensar o perigo que seria dar ao próprio Estado o poder de fiscalização e delimitação do que iria ser considerado informação ou não para este, pois assim surgiria mais um facilitador para uma possível manipulação da sociedade, principalmente em épocas de eleição, assim como aconteceu pouco tempo atrás no Brasil e no mundo, à exemplo das eleições americanas, já citadas anteriormente, podendo esta ação de poder tornar-se algo ainda mais potencializado e maléfico para todos.

Em suma, considerando o supracitado, uma das possíveis soluções para a problemática seria a criação de normas punitivas às empresas responsáveis na veiculação de informação — visto que muitas utilizam de má-fé para manipular os fatos e acertar um alvo e não sofrem efetivamente nenhuma penalidade pela desinformação causada intencionalmente — somado ao surgimento de Conselhos e Assembleias regionais que as fiscalizem, juntamente com o auxílio da própria população a partir do conhecimento sobre a temática e denúncia sobre possíveis fraudes nesse sentido.

REFÊRENCIAS

ALVES, Gláucia. Telegram pode ser banido do Brasil; entenda a polêmica. *fd*r, 2022. Disponível em: <<https://fdr.com.br/2022/01/21/telegram-pode-ser-banido-do-brasil-entenda-polemica/>>

Acesso em: 06 de março de 2022.

BAPTISTA, Rodrigo. **Redes Sociais influenciam voto de 45% da população, indica pesquisa do DATASENADO**, 2019. Disponível em:

<<https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2019/12/12/redes-sociais-influenciam-voto-de-45-da-populacao-indica-pesquisa-do-datasenado>>. Acesso em: 06 de março de 2022.

BARROSO ameaça suspensão do Telegram: 'Brasil não é casa da sogra'. **Correio Braziliense**, 13 fev. 2022. Disponível em: <https://www.correiobraziliense.com.br/politica/2022/02/4984971-barroso-ameaca-suspensao-do-telegram-brasil-nao-e-casa-da-sogra.html>. Acesso em: 11 mar. 2022.

BARROSO envia ofício ao Telegram e pede cooperação no combate à desinformação. **Tribunal Superior Eleitoral**, 17 dez. 2021. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/imprensa/noticias-tse/2021/Dezembro/barroso-envia-oficio-ao-telegram-e-pede-cooperacao-no-combate-a-desinformacao>. Acesso em: 10 mar. 2022.

BASTOS, Marco T.; MERCEA, Dan. The Brexit botnet and user-generated hyperpartisan news. **Social science computer review**, v. 37, n. 1, p. 38-54, 2019. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/0894439317734157>. Acesso em: 10 mar. 2022.

BOAVENTURA, Adalton. Telegram banido: O bloqueio no Brasil já é visto como “inevitável”. **Oficina da net**, 2022. Disponível em: <<https://www.oficinadanet.com.br/telegram/39553-telegram-banido-brasil-inevitavel>>. Acesso em: 05 de março de 2022.

CASTRO, Fábio. “Fake news” tem 70% mais chance de viralizar que as notícias verdadeiras, segundo novo estudo. **O Estado de S. Paulo**, 2018. Disponível em: <<https://ciencia.estadao.com.br/noticias/geral,fake-news-se-espalham-70-mais-rapido-que-as-noticias-verdadeiras-diz-novo-estudo,70002219357>>. Acesso em: 6 mar. 2022.

CRUZ, Bruna Souza. PL das fake news: aprovado no Senado, entenda o que pode mudar. **UOL**, 2022. Disponível em: <<https://www.uol.com.br/tilt/noticias/redacao/2020/06/30/com-44-votos-senado-aprova-pl-das-fake-news.htm>>. Acesso em: 4 mar. 2022.

CONGRESSOEMFOCO. **CONGRESSO EM FOCO - Bolsonaro admite em live que não tem provas de fraude eleitoral**. Youtube, 29 jun. 2021. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=9xDqK5dNkgo&t=39s>. Acesso em: 14 mar. 2022

DOS SANTOS, João Guilherme Bastos et al. WhatsApp, política mobile e desinformação: a hidra nas eleições presidenciais de 2018. **Comunicação & Sociedade**, v. 41, n. 2, p. 307-334, 2019. Disponível em: <https://www.metodista.br/revistas/revistas-metodista/index.php/CSO/article/view/9410/6962>. Acesso em: 11 mar. 2022.

DOURADO, Tatiana Maria Silva Galvão. **Fake News na eleição presidencial de 2018 no Brasil**. 2020. Dissertação (Doutorado em Comunicação e Cultura Contemporâneas) – Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2020. Disponível em: https://repositorio.ufba.br/bitstream/ri/31967/1/Tese_Tatiana%20Dourado.pdf. Acesso em: 12 mar. 2022.

DESINFORMAÇÃO. **Michaelis**. Disponível em: <<https://michaelis.uol.com.br/moderno-portugues/busca/portugues-brasileiro/desinforma%C3%A7%C3%A3o%20/>>. Acesso em: 09 de mar. de 2022.

DESINFORMAÇÃO. **Dicionário online português**. Disponível em: <<https://www.dicio.com.br/desinformacao/>>. Acesso em: 09 de mar. de 2022.

DESINFORMAÇÃO, **Google Trends**. Disponível em: <<https://trends.google.com.br/trends/explore?date=2016-02-01%202022-03-09&geo=BR&q=desinforma%C3%A7%C3%A3o>>. Acesso em: 09 de mar. de 2022.

ENTENDA o escândalo de uso político de dados que derrubou valor do Facebook e o colocou na mira de autoridades. **G1**, 20 mar. 2018. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/tecnologia/noticia/entenda-o-escandalo-de-uso-politico-de-dados-que-derrubou-valor-do-facebook-e-o-colocou-na-mira-de-autoridades.ghtml>. Acesso em 10 mar. 2022.

FARIS, Robert; ROBERTS, Hal; ETLING, Bruce; BOURASSA, Nikki; ZUCKERMAN, Ehan; BENKLER, Yochai. **Partisanship, Propaganda, and Disinformation: Online Media and the 2016 U.S. Presidential Election**. Berkman Klein Center Research Publication, v. 6, 2017. Disponível em: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3019414. Acesso em: 09 mar. 2022.

GUIMÓN, Pablo. “O ‘Brexit’ não teria acontecido sem a Cambridge Analytica”. **EL PAÍS**, Londres, 26 mar. 2018. Disponível em: https://brasil.elpais.com/brasil/2018/03/26/internacional/1522058765_703094.html. Acesso em: 09 mar. 2022.

INFODEMIA. **Academia**. Rio de Janeiro, 2020?. Disponível em: <https://www.academia.org.br/nossa-lingua/nova-palavra/infodemia>. Acesso em: 09 de mar. de 2022.

ISAAK, Jim; HANNA, Mina J. User data privacy: Facebook, Cambridge Analytica, and privacy protection. **Computer**, v. 51, n. 8, p. 56-59, 2018. Disponível em: <https://ieeexplore.ieee.org/stamp/stamp.jsp?tp=&arnumber=8436400>. Acesso em: 10 mar. 2022.

IRETON, Cherilyn; POSETTI, Julie. **Jornalismo, fake news & desinformação: manual para educação e treinamento em jornalismo**. UNESCO, 2019.

KLEINA, Nilton. Facebook lança campanha publicitária contra PL das Fake News. **Tecmundo**, 2022. Disponível em: <<https://www.tecmundo.com.br/internet/234733-facebook-lanca-campanha-publicitaria-pl-fake-news.htm>>. Acesso em: 04 mar. 2022.

LISBOA, Alveni. Justiça brasileira poderia banir o telegram do país em 2022, entenda. **Canaltech**, 2022. Disponível em: <<https://canaltech.com.br/legislacao/justica-brasileira-poderia-banir-o-telegram-do-pais-em-2022-entenda-207040/>>. Acesso em: 05 mar. 2022.

MARIN, Jorge. Modificação na 'Lei das Fakes News' gera polêmica no congresso. **Tecmundo**, 2020. Disponível em: <<https://www.tecmundo.com.br/mercado/204300-modificacoes-lei-fake-news-gera-polemica-congresso.htm>>. Acesso em: 05 mar. 2022.

MARREIRO, Flávia. Joice Hasselmann, WhatsApp e a eleição onde o crime compensa. **EL PAÍS**, 31 out. 2018. Disponível em: https://brasil.elpais.com/brasil/2018/10/28/opinion/1540732323_256151.html. Acesso em: 11 mar. 2022.

MEDICINE Lodge Cresset. Kansas City, 17 de fevereiro de 1887, pag. 3. Disponível em: <<https://www.newspapers.com/clip/7726932/early-use-of-the-word-disinformation/>> . Acesso em: 09 de mar. de 2022.

MONTEIRO, Thaís. Por que o mercado questiona a Lei das Fake News?. **meio & mensagem**, 2022. Disponível em: <<https://www.meioemensagem.com.br/home/comunicacao/2022/02/25/por-que-o-mercado-questiona-a-lei-das-fake-news.html>>. Acesso em: 05 mar. 2022.

NASR, Joseph. MURRAY, Miranda. Alemanha cogita acabar com Telegram por causa de discursos de ódio e fake news. **CNN Brasil**, 2022. Disponível em: <<https://www.cnnbrasil.com.br/internacional/alemanha-cogita-acabar-com-telegram-por-causa-de-discursos-de-odio-e-fake-news/>>. Acesso em: 06 mar. 2022.

OLIVIERI, Antônio Carlos. Censura - O regime militar e a liberdade de expressão. **UOL Educação**, 2014. Disponível em: <Censura: O regime militar e a liberdade de expressão - UOL Educação>. Acesso em: 09 mar. 2022.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS. **Declaração Universal dos Direitos Humanos**, 1948. Disponível em: <<https://www.unicef.org/brazil/declaracao-universal-dos-direitos-humanos>>. Acesso em: 08 mar. 2022.

PACEPA, Ion; RYCHLAK, Ronald. **Disinformation: Former Spy Chief Reveals Secret Strategies for Undermining Freedom, Attacking Religion, and Promoting Terrorism**. WND Books, 2013.

PIERRI, Francesco; ARTONI, Alessandro; CERI, Stefano. Investigating Italian disinformation

spreading on Twitter in the context of 2019 European elections. **PLoS ONE**, v. 15, n. 1, p. 1-23, 2020. Disponível em: <https://journals.plos.org/plosone/article/file?id=10.1371/journal.pone.0227821&type=printable>. Acesso em: 10 mar. 2022.

PL 2630/2020 deixou de ser sobre combater as fake news. **Meta**, 2022. Disponível em: <https://about.fb.com/br/news/2022/02/pl-2630-2020-deixou-de-ser-sobre-combater-as-fake-news/>. Acesso em: 05 mar. 2022.

PLATAFORMAS se posicionam sobre Lei das Fake News. **meio&mensagem**, 2022. Disponível em: <https://www.meioemensagem.com.br/home/midia/2022/02/24/plataformas-se-posicionam-sobre-lei-da-fake-news.html>. Acesso em: 04 mar. 2022.

POLIDO, Fabrício Bertini Pasquot. As inconsistências naturais do Projeto de Lei das Fakes News. **Conjur**, 2022. Disponível em: <https://www.conjur.com.br/2021-dez-15/fabricio-polido-inconsistencias-naturais-pl-fake-news>. Acesso em: 05 mar. 2022.

RECONDO, Felipe. Entenda por que há risco de a justiça banir o Telegram do Brasil. **JOTA**, 2022. Disponível em: <https://www.jota.info/opiniao-e-analise/analise/entenda-por-que-ha-risco-de-a-justica-banir-o-telegram-no-brasil-18012022>. Acesso em: 06 mar. 2022.

REDES SOCIAIS, NOTÍCIAS FALSAS E PRIVACIDADE DE DADOS NA INTERNET. **Pesquisa Datasenado**, 2019. Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/institucional/datasenado/arquivos/mais-de-80-dos-brasileiros-acreditam-que-redes-sociais-influenciam-muito-a-opiniao-das-pessoas>. Acesso em: 04 mar. 2022.

ROCHA, Marco Aurélio de Oliveira Rocha. **O poder da desinformação: Fake News, desonestidade intelectual e pós-verdade**, 2020. Disponível em: <https://www.migalhas.com.br/depeso/325902/o-poder-da-desinformacao--fake-news--desonestidade-intelectual-e-pos-verdade>. Acesso em: 04 mar. 2022.

RUEDIGER, M. A.; GRASSI, A. (Coord.). **Desinformação on-line e processos políticos: a circulação de links sobre desconfiança no sistema eleitoral brasileiro no Facebook e no YouTube (2014-2020)**. Policy paper. Rio de Janeiro: FGV DAPP, 2020. Disponível em: <https://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/handle/10438/30085>. Acesso em: 14 mar. 2022.

VIEIRA, Alessandro. **Projeto de Lei n. 2630/90**. Institui a Lei Brasileira de Liberdade, Responsabilidade e Transparência na Internet. Brasília: Senado Federal, 03 mai. 2020. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/propostas-legislativas/2256735>. Acesso em: 05 mar. 2022.