

INSTITUTO BRASILEIRO DE ENSINO, PESQUISA E DESENVOLVIMENTO

MESTRADO PROFISSIONAL EM DIREITO

FRANCISCO MARTINS DE ARAÚJO NETO

(RA 2014947)

**A ADEQUAÇÃO E CONTRIBUIÇÃO DO MODELO REGULATÓRIO DO
COMUNITARISMO DE REDE NO COMBATE ÀS *FAKE NEWS* SOBRE O
PROCESSO ELEITORAL NAS ELEIÇÕES DE 2020**

Brasília/DF

2021

FRANCISCO MARTINS DE ARAÚJO NETO

**A ADEQUAÇÃO E CONTRIBUIÇÃO DO MODELO REGULATÓRIO DO
COMUNITARISMO DE REDE NO COMBATE ÀS *FAKE NEWS* SOBRE O
PROCESSO ELEITORAL NAS ELEIÇÕES DE 2020**

Dissertação de Mestrado, desenvolvida no Programa de Mestrado Profissional em Direito, sob a orientação do Prof. Guilherme Pereira Pinheiro apresentado para obtenção de Título de Mestre Profissional em Direito.

Brasília/DF

2021

FRANCISCO MARTINS DE ARAÚJO NETO

**A ADEQUAÇÃO E CONTRIBUIÇÃO DO MODELO REGULATÓRIO DO
COMUNITARISMO DE REDE NO COMBATE ÀS *FAKE NEWS* SOBRE O
PROCESSO ELEITORAL NAS ELEIÇÕES DE 2020.**

Dissertação de Mestrado, apresentada no Programa de Pós-Graduação *Stricto Sensu* Profissional em Direito, como requisito para obtenção de Título de Mestre Profissional em Direito.

07 de dezembro de 2021

BANCA EXAMINADORA

Prof. Guilherme Pereira Pinheiro
IDP

Prof.^a Miriam Wimmer
IDP

Prof. Ricardo Morishita
IDP

Dedico este trabalho

À Katia, amor de minha vida, por toda a vida, pelo seu apoio incondicional;

Aos pais Marilena e Marco Antônio, meus guias, pela dádiva de seus exemplos; e,

Aos filhos Rodrigo, Igor e Pedro, meus constantes inspiradores

*“Quem conduz e arrasta o mundo não são as
máquinas, mas as ideias”*

Victor Hugo

*“A liberdade não é um luxo dos tempos de
bonança; é o maior elemento de estabilidade”*

Rui Barbosa

AGRADECIMENTOS

A conclusão de um curso de mestrado é sempre um marco na vida das pessoas. Seja pelo esforço depreendido, pela nova condição de mestre, que passa a acompanhar sua trajetória, ou pela constatação de que se acrescentou várias fileiras de tijolos na construção da sua catedral pessoal. Deixei este tópico para escrever por último, pois é chegada a hora de parar, olhar para trás e refletir quanto aos caminhos que te trouxeram até este ponto e homenagear aqueles que me estenderam a mão, alicerçaram sua estrada e me empurraram ou, até me carregaram em certos momentos, quando você mais precisava. É, entretanto, difícil olhar apenas para este último trecho da sua jornada, mesmo que seja o ápice deste instante. Aos 59 anos de idade, quase um idoso, regulamentarmente falando, aproveitarei esta oportunidade para registrar minhas gratidões àqueles que já passaram, e talvez não tenha tido a oportunidade de externar meus sentimentos de reconhecimento de tudo que recebi de coração, e a tantos outros que ainda dão tempo de lapidar meu muito obrigado. Peço desculpas a tantos que também foram significativos, mas não poderei homenagear, e pelo texto longo que se avizinha. Portanto, não há como deixar de agradecer:

Aos meus avós, Tíndia, Chico e Franklina, que me regaram com a acolhida dos colos mais calorosos, amor desvencilhado das obrigações, suporte inesgotável e a crença em minha pessoa, em tamanha medida, que me colocava o desafio de corresponder, mas também me trouxe a sensação contínua de que podia ir em frente e abrir meus caminhos com confiança;

Ao meu padrinho Virgílio, tetraplégico, que com sua candura, humildade, resignação e otimismo moldou toda uma família, tornando-a mais humana, dando a certeza de que somos abençoados diuturnamente pelas graças de Deus e que nossos problemas e obstáculos são ínfimos diante do sofrimento de tantos outros, e meras provações para nos tornar melhor;

Aos meus pais, Marilena e Marco Antônio, que com todo o seu carinho, amor e dedicação, se desdoblaram para tornar seus filhos dignos e orientados para bem. E suas maiores contribuições foram dadas pelos exemplos suaves de amor, compreensão, companheirismo e admiração conjugal mútua. Suas visões de empatia para com a dor do próximo, de união familiar, de aceitação das imperfeições do outro e confiança inabalável de que as virtudes da pessoa humana superam seus defeitos, bastando aflorá-las com o olhar carinhoso, sorriso acolhedor e ações generosas e respeitadas, foram edificantes para a estrutura do caráter de todos os filhos e netos;

Aos meus irmãos, Silvana, Marco Antônio e Raquel, que tanto me orgulham e sempre me deram suporte nos momentos mais críticos de minha vida, formando uma rede

inquebrantável de proteção e segurança, para tantas acrobacias nos trapézios da vida, que dispus a realizar ou que fui obrigado a enfrentar;

A minha amada esposa Katia, que ao longo de tantos anos não deixou de sorrir para mim com emoção, me fazendo sentir inebriado e iluminado; que me apoiou irrestritamente em minhas lutas, e dificuldades, em meus desafios e desvaneios, não deixando que fraquejasse ou perdesse o rumo e as esperanças; que me ofereceu o acalento de seu olhar e de seu aconchego, me fazendo sentir especial e inatingível pelas ameaças das jornadas; que dedicou todas suas forças em tornar nossos filhos pessoas íntegras, amáveis e preparadas para o mundo; que me ajudou nesta trajetória do curso, me empurrando, transmitindo confiança e que, com singelas ações – como trazer um lanchinho durante as aulas, quando não tinha tido tempo de comer, permitiram encará-lo com mais leveza; que me inseriu em sua família, D. Clotilde, mulher de força, exemplo e generosidade incalculáveis, e dos irmãos Tânia e Wilson, sempre acolhedores, amigos e apoiadores;

Aos meus filhos, Rodrigo, Igor e Pedro, que são fontes constantes de aprendizado, de realização e de incentivo. Eles deram um sentido na minha vida que antes desconhecia; me fizeram entender meus pais, o sentido mais profundo de família e meu papel no mundo; me provocam a reavaliar constantemente meus conceitos; que são mais do que filhos, são meus amigos de fé; e que foram, em grande medida, incentivadores de ter ingressado no programa de mestrado, pois todos são ou estão se tornando mestres (não poderia ficar para trás da molecada !!). Sou muito orgulhoso dos homens de caráter, tenazes, equilibrados e amorosos que vocês se tornaram.

Durante o mestrado tive grandes ajudas, que merecem ser destacadas:

Dos prezados amigos de Brasília e de Tocantins, pela contribuição no trabalho entediante, para eles, de construção, validação e difusão do questionário durante a pesquisa de campo. Neste sentido, agradeço o valioso esforço de meu pai, Marco Antônio, em ajudar a revisar este trabalho, e, em especial pela ajuda na formulação, crítica da pesquisa e esforço de divulgação, aos amigos Weber, Kajima, Rafael, Miltinho, Desembargador Pepo, Anamara e meu filho Rodrigo;

Agradeço aos Tribunais Superior e Regionais Eleitorais, Cartórios Eleitorais, Seccionais da OAB, associações de classe e todos as entidades que ajudaram na distribuição e remessa do questionário aos seus servidores e associados para contribuírem para minha pesquisa.

Em mais relevo, ainda, remeto meu muito obrigado a todos, de forma geral e abrangente, que se dispuseram a responder ao questionário, os quais deram subsídios importantíssimos para a conclusão deste trabalho.

Aos professores que superaram minhas expectativas de preparo e capacidade:

Professor Guilherme Pinheiro, agradeço por me aceitar como orientando, por oferecer seu vasto conhecimento na área de minha pesquisa, por sua humildade, disponibilidade e disposição em ajudar e oferecer caminhos, pelos incentivos, tão oportunos, e por sua “maciez” no trato e na arte do ensino;

Professor Ricardo Morishita, agradeço por aceitar a participar das bancas, por ajudar na escolha de caminhos na pesquisa, por sua generosidade, por ser um ouvinte exemplar, fazendo a todos sentir valorados e importantes; por transparecer que a sua opção pelo magistério é uma dádiva do Altíssimo, que serve a um bem maior, que existem propósitos iluminados em seu proceder gentil, humilde e aberto ao crescimento;

Professora Miriam Wimmer, agradeço por ter acolhido meu convite para estar nas minhas bancas, por sua suavidade e cortesia no ensino, pela alegria em esclarecer nossas dúvidas, em receber e valorizar nossas participações, por sua agudeza precisa, dedicada e generosa no contribuir para o aperfeiçoamento deste trabalho;

Professora Monica Sapucaia, obrigado pela emoção e paixão por aquilo que ensinas, seus olhos ficam radiantes e suas feições empolgadas como uma adolescente ao descobrir a vida, contagia a gente, mesmo em se tratando de uma matéria como metodologia;

Professora Marília Sampaio, agradeço pela firmeza e determinação de magistrada, por levantar o sarrafo das exigências, mas que tem a alegria e orgulho de ver os seus pupilos caminharem em direção à excelência necessária do trabalho, mesmo tendo recebido a pior nota do meu “boletim” (risos de velho);

Professora Monique Goldfeld, agradeço pelo entusiasmo que coloca em seus ensinamentos, fazendo com que quiséssemos pegá-la pela mão e sair por este mundo olhando-o pelos seus olhos.

Neste rol de agradecimentos, em que me posto olhando para o passado, do mais longínquo até o de dias atrás, me sinto também na posição de me virar e olhar para frente. Neste futuro incerto e em construção, cristализo minha esperança genuína de mundo melhor e de evolução da humanidade, na figura do meu único neto Bento (espero que esta singularidade seja por pouco tempo). O seu sorriso ingênuo, nos altos de seus 4 anos de idade, derrete, por inteiro, o homem maduro, cheio de histórias, certezas e grandes dúvidas que me tornei. A sua energia, inquieta e atordoante, me dá a constatação límpida de que a renovação da família está em pleno curso da natureza.

Viva os bons ventos que, com certeza, virão !!

LISTA DE ILUSTRAÇÕES:

<i>Figura 1 Mosaico do século VI do imperador Justiniano e sua corte, na Basílica de San Vital em Ravena. Fonte: GETTY IMAGES (OLAYA, 2020)</i>	32
<i>Figura 2 - Uma gravura que descreve uma das cenas descritas na farsa da lua, data desconhecida - Cortesia: The Museum of Hoaxes (UBERTI, 2016)</i>	34
<i>Figura 3 - Uma ilustração do Harper's Weekly de 1893 que acompanhava um artigo sobre a farsa do zoológico. Cortesia: O Museu dos Hoaxes - (UBERTI, 2016)</i>	34
<i>Figura 4 - Elementos da disfunção de informação (WARDLE, DERAKHSHAN, 2017)</i>	41
<i>Figura 5 - 7 Types of Mis- and Dis-information (Credit: Claire Wardle, First Draft) view HYPERLINK "https://shorensteincenr.org/wp-content/uploads/2017/10/Figure-1.png?x78124" larger (WARDLE, DERAKHSHAN, 2017)</i>	42
<i>Figura 6 - Disfunção Informacional (Information Disorder - WARDLE, DERAKHSHAN, 2017)</i>	43
<i>Figura 7 - EAVI – The European Association for Viewers Interests (CELOT, 2018)</i>	44
<i>Figura 8 - Fases da disfunção informacional (WARDLE, DERAKHSHAN, 2017)</i>	48
<i>Figura 9 Proporção que usou cada rede social para qualquer finalidade na última semana (2014-20) – média de 12 países - Fonte: NEWMAN, 2020, p. 30</i>	80
<i>Figura 10 - Proporção Que Usou Cada Rede Social Para Notícias Na Última Semana (2014-20) – Média De 12 Países - Fonte: NEWMAN, 2020, p. 30</i>	81
<i>Figura 11 - Instagram e Twitter como fonte de notícias - Fonte: NEWMAN, 2020, p. 30</i>	81
<i>Figura 12 - Proporção Que Concordam Que Podem Confiar Na Maioria Das Notícias Na Maioria Das Vezes – Todos Os Mercados - Fonte: NEWMAN, 2020, p. 14</i>	82
<i>Figura 13 - Proporção Preocupada Com O Que É Real E O Que É Falso Na Internet Quando Se Trata De Notícias – Todos Os Mercados - Fonte: NEWMAN, 2020, p. 14</i>	82
<i>Figura 14 - Diferentes Tipos De Confiança Baseado Nas Fontes De Informação - Fonte: NEWMAN, 2020, p. 90</i>	83
<i>Figura 15 - Relatório Relaciona Os Meios De Comunicação, Por Marcas, Programas E Veículos, E O Respectivo Grau De Confiança - Fonte: NEWMAN, 2020, p. 90</i>	83
<i>Figura 16 - Proporção Que Dizem Preferir Receber Notícias De Fontes Que Não Têm Ponto De Vista Pela Principal Fonte De Notícias – Países Selecionados - Fonte: NEWMAN, 2020, p. 17, p. 18 e p. 16</i>	85
<i>Figura 17 - Mídias Utilizadas para Notícias - Fonte: NEWMAN, 2020, p. 90</i>	86
<i>Figura 18 - Top Social Media and Messaging - Fonte: NEWMAN, 2020, p. 90</i>	86
<i>Figura 19 - Alcance Semanal Offline E Online No Brasil - Fonte: NEWMAN, 2020, p. 90</i>	87
<i>Figura 20 - Proporção Muito Ou Extremamente Interessada Em Notícias Locais – Todos Os Mercados - Fonte: NEWMAN, 2020, p. 48</i>	87
<i>Figura 21 - Internet Information Gatekeepers (PINHEIRO, 2020, p. 17)</i>	105
<i>Figura 22 - Alcance médio mensal de sites de notícias franceses proeminentes (2017) Fonte: Instituto Reuters (FLETCHER; et al, 2018)</i>	123
<i>Figura 23 - Tempo médio mensal gasto com sites de notícias franceses proeminentes (2017) - Fonte: Instituto Reuters (FLETCHER; et al, 2018)</i>	123

<i>Figura 24 - Foco dos Ataques de Desinformações Russas na Polônia e Lituânia</i>	125
<i>Figura 25 - Fonte: LESSIG, 2006, p. 123.</i>	128
<i>Figura 26 - Interconexão entre as 4 fontes reguladoras - Fonte: LESSIG, 2006, p. 130.</i>	129
<i>Figura 27 - O ponto patético isolado por uma matriz de pontos que reflete a conexão da sociedade. Fonte: MURRAY, Andrew. 2011.</i>	131
<i>Figura 28 - Matriz regulatória como um ambiente autopoiético. Fonte: MURRAY, Andrew. 2011.</i>	132
<i>Figura 29 - Evolução teórica dos autores cibernéticos-reguladores Fonte: Lund (2019) apud Rope by Kham Tran</i>	133
<i>Figura 30 - Plataforma Mais Preocupante Para Informações Falsas E Enganosas – Países Selecionados - Fonte: NEWMAN; et tal, 2020, p. 20</i>	177
<i>Figura 31 - Plataforma Mais Preocupante Para Informações Falsas E Enganosas – Todos Os Mercados - Fonte: NEWMAN; et tal, 2020, p. 20</i>	177
<i>Figura 32 - Evolução de Menções sobre Fake News no Twitter de 1 a 15/08/2018 - Fonte: Twitter Elaboração: FGV DAPP (RUEDIGER; GRASSI, 2019, p. 24).</i>	179
<i>Figura 33 - Evolução de Menções sobre Fake News no Twitter de 29/10 a 12/11/2018 - Fonte: Twitter Elaboração: FGV DAPP (RUEDIGER; GRASSI, 2019, p. 36)</i>	179
<i>Figura 34 Menções sobre Fake News no Twitter de 22/09 a 21/10/2018 - Fonte: Twitter Elaboração: FGV DAPP (RUEDIGER; GRASSI, 2019, p. 26)</i>	180
<i>Figura 35 - Relação entre os grupos de robôs e os atores políticos - Fonte: Twitter Elaboração: FGV DAPP (RUEDIGER; GRASSI, 2019, p. 28)</i>	181
<i>Figura 36 - Evolução de interações automatizadas no debate eleitoral - Fonte: Twitter Elaboração: FGV DAPP (RUEDIGER; GRASSI, 2019, p. 31)</i>	182
<i>Figura 37 - Mapa de interações com robôs sobre presidenciais - Fonte: Twitter Elaboração: FGV DAPP (RUEDIGER; GRASSI, 2019, p. 32)</i>	183
<i>Figura 38 - Posts com links sobre desconfiança eleitoral no Facebook - Fonte: Facebook Elaboração: FGV DAPP (RUEDIGER, GRASSI; 2020, p. 13)</i>	185
<i>Figura 39 - Vídeos sobre desconfiança eleitoral no YouTube Fonte: Facebook Elaboração: FGV DAPP (RUEDIGER, GRASSI; 2020, p. 13)</i>	185
<i>Figura 40 - Top 5 dos links mais compartilhados por ano - Fonte: Facebook Elaboração: FGV DAPP (RUEDIGER, GRASSI; 2020, p. 15)</i>	186
<i>Figura 41 - Evolução de postagens por mês no Facebook – Fonte: Facebook Elaboração: FGV DAPP (RUEDIGER, GRASSI; 2020, p. 17)</i>	187
<i>Figura 42 - Evolução de postagens por mês no Youtube - Fonte: YouTube Elaboração: FGV DAPP (RUEDIGER, GRASSI; 2020, p. 18)</i>	187
<i>Figura 43 - Links com mais engajamento no Facebook - Fonte: Facebook Elaboração: FGV DAPP (RUEDIGER, GRASSI; 2020, p. 20)</i>	188
<i>Figura 44 - Vídeos com mais visualizações no YouTube - Fonte: Facebook Elaboração: FGV DAPP (RUEDIGER, GRASSI; 2020, p. 21)</i>	189
<i>Figura 45 - Evolução de posts por dia – Fonte: Facebook Elaboração: FGV DAPP (RUEDIGER, GRASSI; 2020-b, p. 8)</i>	192

<i>Figura 46 - Evolução do engajamento por dia - Fonte: Facebook Elaboração: FGV DAPP (RUEDIGER, GRASSI; 2020-b, p. 9).....</i>	<i>193</i>
<i>Figura 47 - Evolução de vídeos por dia - Fonte: YouTube Elaboração: FGV DAPP (RUEDIGER; GRASSI, 2020-b, p. 12).....</i>	<i>194</i>
<i>Figura 48 - Evolução de visualizações por dia - Fonte: YouTube Elaboração: FGV DAPP (RUEDIGER; GRASSI, 2020-b; 2020, p. 13).....</i>	<i>195</i>
<i>Figura 49 - Principais vídeos no YouTube sobre fraude nas eleições - Fonte: YouTube Elaboração: FGV DAPP - (RUEDIGER, GRASSI (B); 2020, p. 14).....</i>	<i>196</i>
<i>Figura 50 - Evolução de menções no Twitter - Fonte: Twitter Elaboração: FGV DAPP.....</i>	<i>197</i>
<i>Figura 51 - Top 15 termos mais frequentes no debate sobre desconfiança eleitoral - Fonte: Facebook Elaboração: FGV DAPP (RUEDIGER; GRASSI, 2020-b; 2020, p. 19).....</i>	<i>198</i>
<i>Figura 52 - Distribuição espacial de tópicosFonte: Facebook Elaboração: FGV DAPP (RUEDIGER; GRASSI, 2020-b; 2020, p. 20).....</i>	<i>198</i>
<i>Figura 53 - Termos mais relevantes dos tópicos relacionados com “voto impresso” - Fonte: Facebook Elaboração: FGV DAPP (RUEDIGER; GRASSI, 2020-b; 2020, p. 21).....</i>	<i>199</i>
<i>Figura 54 - Termos mais relevantes dos tópicos relacionados com “tribunal superior eleitoral” - Fonte: Facebook Elaboração: FGV DAPP (RUEDIGER; GRASSI, 2020-b; 2020, p. 23).....</i>	<i>200</i>
<i>Figura 55 - Links mais compartilhados em 2020 ao longo do tempoFonte: Facebook Elaboração: FGV DAPP (RUEDIGER, GRASSI; 2020, p. 23).....</i>	<i>201</i>
<i>Figura 56 - Posts x engajamento no Facebook - Fonte: Facebook Elaboração: FGV DAPP (RUEDIGER, GRASSI; 2020, p. 24).....</i>	<i>202</i>
<i>Figura 57 - coesão dos vídeos e influências de clusters - Fonte: YouTube Elaboração: FGV DAPP (RUEDIGER; GRASSI, 2020-b; 2020, p. 25).....</i>	<i>203</i>
<i>Figura 58 - Exemplo de trilha de vídeos populares presente no cluster verde - Fonte: YouTube Elaboração: FGV DAPP (RUEDIGER; GRASSI, 2020-b; 2020, p. 27).....</i>	<i>204</i>
<i>Figura 59 - Mapa de interações sobre fraude nas eleições - Fonte: Twitter Elaboração: FGV DAPP (RUEDIGER; GRASSI, 2020-b; 2020, p. 29).....</i>	<i>205</i>
<i>Figura 60 - Evolução de menções das principais hashtags associadas à fraude nas eleições - Fonte: Twitter Elaboração: FGV DAPP (RUEDIGER; GRASSI, 2020-b; 2020, p. 31).....</i>	<i>206</i>
<i>Figura 61 - Confiança nas urnas eletrônicas - Fonte: XP/Ipespe (2021, p. 27).</i>	<i>207</i>
<i>Figura 62 - Coalizão para Checagem – Eleições 2020 - Fonte: TSE, 2021, p. 15.....</i>	<i>209</i>
<i>Figura 63 - Campanhas contra notícias falsas - Fonte: TSE, 2021, p. 18.....</i>	<i>211</i>
<i>Figura 64 - Parceria TSE-Facebook - Fonte: TSE, 2021, p. 27.....</i>	<i>213</i>
<i>Figura 65 - Parceria TSE-Instagram - Fonte: TSE, 2021, p. 28.....</i>	<i>214</i>
<i>Figura 66 - Parceria TSE-Google - Fonte: TSE, 2021, p. 29.....</i>	<i>215</i>
<i>Figura 67 - Parceria TSE-TikTok - Fonte: TSE, 2021, p. 30.....</i>	<i>216</i>
<i>Figura 68 - Parceria TSE-Twitter - Fonte: TSE, 2021, p. 31.....</i>	<i>217</i>
<i>Figura 69 - Parceria TSE-YouTube - Fonte: TSE, 2021, p. 31.....</i>	<i>217</i>
<i>Figura 70 - Central de Notificações da Justiça Eleitoral - Fonte: TSE, 2021, p. 32.....</i>	<i>218</i>
<i>Figura 71 - Campanha #EuVotoSemFake - Fonte: TSE, 2021, p. 34 e 35.....</i>	<i>220</i>

<i>Figura 72 - - Campanha #EuVotoSemFake 2 - Fonte: TSE, 2021, p. 35 e 36</i>	221
<i>Figura 73 - Campanhas com clubes de futebol - Fonte: TSE, 2021, p. 36 e 37</i>	222
<i>Figura 74 - Campanhas com clubes de futebol 2 - Fonte: TSE, 2021, p. 38 e 39</i>	224
<i>Figura 75 - Parceria com associações de comunicação - Fonte: TSE, 2021, p. 41 e 42</i>	226
<i>Figura 76 - Parceria com o TikTok - Fonte: TSE, 2021, p. 43</i>	227
<i>Figura 77 - Parceria com Instagram - Fonte: TSE, 2021, p. 43</i>	228
<i>Figura 78 - Parceria com Facebook - Fonte: TSE, 2021, p. 44</i>	229
<i>Figura 79 - Parceria com patricia - Fonte: TSE, 2021, p. 44</i>	229
<i>Figura 80 - Parceria com YouTube - Fonte: TSE, 2021, p. 45</i>	230
<i>Figura 81 - Portais e hotspots do TSE - Fonte: TSE, 2021, p. 46</i>	231
<i>Figura 82 - Campanha institucional “Se For Fake News, não Transmita” - Fonte: TSE, 2021, p. 49 e 50</i>	233
<i>Figura 83 - Webinários, lives e debates virtuais - Fonte: TSE, 2021, p. 51</i>	235
<i>Figura 84 - Google do Brasil / YouTube, - série de lives voltadas ao enfrentamento à desinformação - Fonte: TSE, 2021, p. 52</i>	235
<i>Figura 85 - Séries de notícias, vídeos e publicações especiais - Fonte: TSE, 2021, p. 53</i>	236
<i>Figura 86 - Série Desvendando a Urna - Fonte: TSE, 2021, p. 53</i>	237
<i>Figura 87 - - Série Desvendando a Urna 2 - Fonte: TSE, 2021, p. 53</i>	237
<i>Figura 88 - série “Boletim de Urna: o eleitor tem o poder de conferir os votos” - Fonte: TSE, 2021, p. 58</i>	238
<i>Figura 89 - capacitação dos mesários - Fonte: TSE, 2021, p. 61</i>	239
<i>Figura 90 - Canal de denúncia de disparo em massa de conteúdos em parceria com o WhatsApp - Fonte: TSE, 2021, p. 41 e 42</i>	240
<i>Figura 91 - Comitê Banco de Dados – Fluxo de trabalho e critérios - Fonte: TSE, 2021, p. 68</i>	241
<i>Figura 92 - funcionamento da rede de monitoramento de práticas de desinformação contra o Processo Eleitoral – Fonte: TSE, 2021, p. 80</i>	246
<i>Figura 93 - Parceria com o Centro Integrado de Comando e Controle Nacional (CCICN) - Fonte: TSE, 2021, p. 94</i>	247
<i>Figura 94 - Comitê de Ciberinteligência – Fluxo de trabalho – Fonte: TSE, 2021, p. 96</i>	247
<i>Figura 95 - Formulário da Pesquisa de Campo</i>	264
<i>Figura 96 - Respostas pergunta 1</i>	265
<i>Figura 97 - Respostas pergunta 2</i>	266
<i>Figura 98 - - Respostas pergunta 2 - Partidos</i>	267
<i>Figura 99 - Respostas pergunta 3</i>	267
<i>Figura 100 - Respostas pergunta 4</i>	268
<i>Figura 101 - Respostas pergunta 5</i>	268
<i>Figura 102 - Respostas pergunta 6</i>	269
<i>Figura 103 - Respostas pergunta 7</i>	270
<i>Figura 104 - Respostas pergunta 8</i>	270
<i>Figura 105 - Respostas pergunta 9</i>	271
<i>Figura 106 - Respostas pergunta 10</i>	271
<i>Figura 107 - Respostas pergunta 11</i>	272

<i>Figura 108 - Respostas pergunta 14</i>	285
<i>Figura 109 - Respostas pergunta 15</i>	285
<i>Figura 110 - Respostas pergunta 16</i>	286
<i>Figura 111 - Respostas pergunta 16 – descontadas as que não souberam informar</i>	287
<i>Figura 112 - Respostas pergunta 17</i>	287
<i>Figura 113 - Respostas pergunta 17 – descontadas as que não souberam informar</i>	288
<i>Figura 114- Respostas pergunta 18</i>	288
<i>Figura 115 - Respostas pergunta 19</i>	289
<i>Figura 116 - Respostas pergunta 19 – descontadas as que não souberam informar</i>	289
<i>Figura 117 - Respostas pergunta 20</i>	290
<i>Figura 118 - Respostas pergunta 20 – descontadas as que não souberam informar</i>	290
<i>Figura 119 - Respostas pergunta 21</i>	291
<i>Figura 120 - Respostas pergunta 22</i>	291
<i>Figura 121 - Respostas pergunta 22 – descontadas as que não souberam informar</i>	292
<i>Figura 122 - Respostas pergunta 23</i>	292
<i>Figura 123 - Respostas pergunta 23 – descontadas as que não souberam informar</i>	293
<i>Figura 124 – Envio aos Parlamentares</i>	322
<i>Figura 125 - Envio aos Promotores</i>	322
<i>Figura 126 - Envio aos Magistrados</i>	323
<i>Figura 127 - Renvio aos Magistrados</i>	323
<i>Figura 128 - Envio aos Servidores</i>	324
<i>Figura 129 - Envio às entidades solicitando apoio e replicação da pesquisa</i>	324
<i>Figura 130 - 2ª leva para Servidores e Magistrados</i>	325

LISTA DE TABELAS:

<i>Tabela 1 - Organização política a partir dos meios de comunicação, segundo Marshall McLuhan (1996) – Fonte: (DUGNANI, 2018, p. 8-9)</i>	<i>52</i>
<i>Tabela 2 - Quadro comparativo das Liberdades de Expressão Tradicional e na Internet – Fonte: PINHEIRO. 2020, p. 19.....</i>	<i>106</i>
<i>Tabela 3 - Quadro comparativo da Regulação Old School e New School – Fonte: PINHEIRO. 2020, p. 18 ...</i>	<i>106</i>
<i>Tabela 4 - Quadro das vertentes teóricas – Fonte: GREENLEAF.....</i>	<i>127</i>
<i>Tabela 5 - Atores, ambientes e motivações em campanhas políticas em rede (2016-2018) - Fonte: BRITO CRUZ et al, 2019, p. 16.....</i>	<i>170</i>
<i>Tabela 6 - Respostas pergunta 12 - 1ª citação</i>	<i>276</i>
<i>Tabela 7 - Respostas pergunta 12 - 2ª citação</i>	<i>277</i>
<i>Tabela 8 - Respostas pergunta 12 - 3ª citação</i>	<i>278</i>
<i>Tabela 9 - Respostas pergunta 12 – Quadro de todas citações.....</i>	<i>278</i>
<i>Tabela 10 - Respostas pergunta 13 - 1ª citação</i>	<i>281</i>
<i>Tabela 11 - Respostas pergunta 13 - 2ª citação</i>	<i>283</i>
<i>Tabela 12 - Respostas pergunta 13 - 3ª citação</i>	<i>284</i>
<i>Tabela 13 - Respostas pergunta 13 – Quadro de todas citações.....</i>	<i>284</i>
<i>Tabela 14 - Distribuição dos Formulários entre os agentes do Processo Eleitoral</i>	<i>319</i>
<i>Tabela 15 - Órgãos solicitados para distribuição do formulário.....</i>	<i>320</i>
<i>Tabela 16 - Distribuição entre as Assembleias Estaduais e Câmara Distrital</i>	<i>321</i>
<i>Tabela 17 - Quadro de envio de emails com formulários</i>	<i>325</i>

SUMÁRIO:

INTRODUÇÃO	21
<i>1 CONTEXTUALIZAÇÃO DO FENÔMENO DAS FAKE NEWS</i>	29
1.1 AS FAKE NEWS	29
1.1.1 Nomenclatura	29
1.1.2 Histórico	31
1.1.2.1 O que difere ?	35
1.1.2.2 As Transfronteiras do Direito da Informação	37
1.1.2.3 Web 1.0, 2.0 e das Plataformas	39
1.1.3 Elementos da desinformação: Causas, formas, componentes	41
1.1.3.1 Tipologia	41
1.1.4 Elementos da desinformação	46
1.1.4.1 Quanto ao agente	46
1.1.4.2 Quanto à Mensagem	47
1.1.4.3 Quanto ao Intérprete	47
1.1.4.4 Fases da Desinformação	47
1.2 A GLOBALIZAÇÃO E ANTIGLOBALIZAÇÃO	48
1.2.1 Histórico	49
1.2.2 Ganhos e mudanças	51
1.2.3 Impactos e paradoxo	53
1.2.3.1 Enfraquecimento do Estado	53
1.2.3.2 Desestruturação do mercado de trabalho e das organizações sindicais	55
1.2.3.3 Formação da Sociedade de Riscos	56
1.2.4 Antiglobalização e Desglobalização	60
1.3 MUDANÇAS SOCIAIS - A TRANSFORMAÇÃO TECNOLÓGICA DA SOCIEDADE	62
1.3.1 Descredenciamento da imprensa e mutação das fake news	63
1.3.1.1 Plataformas Tecnológicas e a Imprensa Tradicional	69
1.3.2 Bolhas de filtro e câmaras de eco	87
1.3.3 Bots, Trolls e Tanques Falsos	90
1.4 CONCLUSÃO DO CAPÍTULO	93

<u>2</u>	<u>DAS GARANTIAS FUNDAMENTAIS E DA REGULACÃO</u>	97
2.1	IMPACTOS NAS GARANTIAS FUNDAMENTAIS	99
2.1.1	<i>Dos direitos à liberdade de expressão, de informação e da privacidade</i>	101
2.1.2	<i>Do Mercado das Ideias e a influência da Primeira Emenda</i>	107
2.1.3	<i>Das Fake News vs a Liberdade de Expressão</i>	110
2.1.4	<i>Da Censura e a Influência da Seção 230 do Communications Decency Act e o Digital Millennium Copyright Act</i>	114
2.1.5	<i>Da ameaça à democracia e à soberania das nações</i>	119
2.2	TEORIAS REGULATÓRIAS DO CIBERESPAÇO	125
2.2.1	<i>Ciberlibertarismo, Libertários digitais, Anarquistas, Ciberutópicos</i>	126
2.2.2	<i>Realistas digitais e Ciberpaternalistas</i>	127
2.2.3	<i>Comunitarismo em Rede</i>	130
2.2.4	<i>Protagonismo das Plataformas e Guardiões (Gatekeepers)</i>	134
2.2.4.1	<i>Neutralidade do fluxo de informações, Vigilância e Dominância digital</i>	136
2.2.5	<i>Regulação Híbrida</i>	140
2.3	REGULACÃO DAS PLATAFORMAS	144
2.3.1	<i>Plataformas digitais: agnosticismo e neutralidade x edição e moderação de conteúdo</i>	147
2.3.2	<i>Transparência do processamento algorítmico</i>	154
2.3.2.1	<i>Transparência quanto ao algoritmo propagador</i>	155
2.3.2.2	<i>Transparência por intermédio de algoritmo regulador</i>	158
2.3.3	<i>Dificuldades de Regulação</i>	162
2.3.4	<i>PL 2630/2020 das Fake News</i>	163
2.4	CONCLUSÃO DO CAPÍTULO	165
<u>3</u>	<u>DO COMBATE ÀS FAKE NEWS SOBRE O PROCESSO ELETRÔNICO PELO TSE NAS ELEIÇÕES 2018 E 2020 E ANÁLISES DO MODELO REGULATÓRIO UTILIZADO À LUZ DO COMUNITARISMO DE REDE</u>	168
3.1	INTERNET E ELEIÇÕES NO BRASIL	168
3.1.1	<i>Desafios do Direito Eleitoral</i>	171
3.1.2	<i>Bots, Inautenticidade, Influenciadores e Abusos</i>	174
3.1.3	<i>Fake News eleitorais no Brasil</i>	175
3.2	ELEIÇÕES, FAKE NEWS E AÇÕES DO TSE EM 2018	178
3.2.1	<i>Fake News em 2018</i>	178

3.2.2	<i>Fake News acerca do Sistema Eleitoral em 2018</i>	181
3.2.3	<i>Medidas concebidas pelo TSE e Parceiros para o combate às fake news nas Eleições de 2018</i>	190
3.3	ELEIÇÕES, FAKE NEWS E AÇÕES DO TSE EM 2020	191
3.3.1	<i>Fake News acerca do Sistema Eleitoral em 2020</i>	191
3.3.2	<i>O Programa de Enfrentamento à Desinformação do TSE - Estratégias Não Regulatórias e Multissetoriais</i>	207
3.3.2.1	<i>Pilares</i>	208
3.3.2.2	<i>Parcerias</i>	208
3.3.3	<i>Pilar: Pluralidade Informativa</i>	208
3.3.3.1	<i>Coalizão para Checagem</i>	209
3.3.3.2	<i>Chatbot – Tira-Dúvidas Eleitoral no WhatsApp</i>	211
3.3.3.3	<i>Divulgação massiva de informações verídicas</i>	212
3.3.4	<i>Pilar: Ação Educacional</i>	232
3.3.4.1	<i>Campanha institucional “Se For Fake News, não Transmita” – Ampla conscientização sobre a desinformação</i>	233
3.3.4.2	<i>Capacitações para o público externo</i>	234
3.3.4.3	<i>Capacitações para o público interno</i>	239
3.3.5	<i>Pilar: Combate aos comportamentos inautênticos</i>	239
3.3.5.1	<i>Canal de denúncia de disparo em massa de conteúdos em parceria com o WhatsApp</i>	239
3.3.5.2	<i>Criação de rede de monitoramento de práticas de desinformação contra o Processo Eleitoral</i>	240
3.3.5.3	<i>Parceria com o Centro Integrado de Comando e Controle Nacional (CCICN) do Ministério da Justiça e cooperação com a Polícia Federal</i>	246
3.3.6	<i>Novas estratégias de combate à desinformação</i>	247
3.3.6.1	<i>Comitê de Ciberinteligência</i>	247
3.3.6.2	<i>Página de status de serviços</i>	248
3.4	PESQUISA DE CAMPO JUNTO AOS AGENTES ENVOLVIDOS NO PROCESSO ELEITORAL	248
3.4.1	<i>Objetivo</i>	248
3.4.2	<i>Metodologia Utilizada</i>	248
3.4.2.1	<i>Premissas e Definições</i>	248
3.4.2.2	<i>O questionário</i>	252

<i>3.4.3 Recepção e Análise dos dados obtidos</i>	<i>264</i>
3.5 CONCLUSÕES - ADEQUAÇÃO E CONTRIBUIÇÃO DO MODELO REGULATÓRIO DO COMUNITARISMO DE REDE	293
<u>4 SUGESTÕES E PROPOSIÇÕES</u>	<u>295</u>
<u>CONSIDERAÇÕES FINAIS</u>	<u>298</u>
<u>ANEXO 01 – PARCEIROS DO PROGRAMA DE ENFRENTAMENTO À DESINFORMAÇÃO COM FOCO NAS ELEIÇÕES 2020 – ATÉ DEZEMBRO DE 2020</u>	<u>301</u>
<u>ANEXO 02 - DEZ CASOS EMBLEMÁTICOS DO FUNCIONAMENTO DA REDE DE MONITORAMENTO DE PRÁTICAS DE DESINFORMAÇÃO CONTRA O PROCESSO ELEITORAL</u>	<u>303</u>
<u>ANEXO 03 – OPERACIONALIZAÇÃO DA PESQUISA DE CAMPO</u>	<u>318</u>
<u>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS</u>	<u>326</u>

RESUMO

Esta pesquisa objetivou analisar o fenômeno das fake news ou desinformações, no contexto das eleições brasileiras de 2020, especificamente relativas ao processo eleitoral, sob a perspectiva regulatória do comunitarismo de rede, concebida por Andrew Murray. O estudo procurou: ambientar as fake news historicamente; delimitar a abrangência da terminologia, alcance e seus elementos constituintes; situar o fenômeno diante de movimentos sociais e globais; levantar os impactos de sua disseminação nas garantias fundamentais; explorar as teorias regulatórias da Internet aplicáveis, com ênfase no comunitarismo de rede; diagnosticar o papel protagonista das plataformas no processo de formação das fake news e na ciberregulação; mapear como se deu a propagação e combate das desinformações nas eleições de 2018 e 2020, tendo como pano fundo o modelo regulatório de Murray. Partiu-se da hipótese de que a aplicação dos preceitos da teoria do comunitarismo de rede de Murray poderia ser observada em um espectro estreito, referente ao esforço e efetividade de contenção dos efeitos deletérios das *fake news* sobre o processo eleitoral nas eleições de 2020. E mediante a aplicação de uma pesquisa de campo procurou-se conhecer da adequação e contribuição do modelo regulatório do comunitarismo de rede, proposto por Andrew Murray, na efetividade do combate às fake news sobre o processo eleitoral, conduzido pela Justiça Eleitoral, por ocasião das eleições de 2020. Chegou-se à conclusão de que o modelo é aplicável ao contexto escolhido e que pode contribuir para se contrapor à difusão das fake news e minimizar os seus efeitos nocivos à democracia, às instituições constituídas, às garantias fundamentais e à população, como objetivo final.

PALAVRAS-CHAVES

Fake news; Comunitarismo de Rede; Regulação da Internet; Eleições brasileiras; Processo Eleitoral.

ABSTRACT

This research aimed to analyze the phenomenon of fake news or misinformation, in the context of the 2020 Brazilian elections, specifically concerning the electoral process, under the regulatory perspective of network communitarianism, conceived by Andrew Murray. The study sought: to set the fake news historically; delimit the scope of terminology, scope and its constituent elements; place the phenomenon in front of social and global movements; raise the impacts of its dissemination on fundamental guarantees; explore applicable Internet regulatory theories, with an emphasis on network communitarianism; diagnose the protagonist role of platforms in the fake news formation process and in cyberregulation; to map how the spread and combat of misinformation took place in the 2018 and 2020 elections, against the backdrop of Murray's regulatory model. We started from the hypothesis that the application of the precepts of Murray's theory of network communitarianism could be observed in a narrow spectrum, referring to the effort and effectiveness of containing the harmful effects of fake news on the electoral process in the 2020 elections. Through the application of a field research, we sought to understand the adequacy and contribution of the regulatory model of network communitarianism, proposed by Andrew Murray, in the effectiveness of combating fake news on the electoral process, conducted by the Electoral Court, on the occasion of the elections 2020. It was concluded that the model is applicable to the chosen context and that it can contribute to counteract the dissemination of fake news and minimize its harmful effects on democracy, constituted institutions, fundamental guarantees and the population, such as ultimate goal.

KEY WORDS

Fake news; Network Communitarianism; Internet regulation; Brazilian elections; Electoral process.

A ADEQUAÇÃO E CONTRIBUIÇÃO DO MODELO REGULATÓRIO DO COMUNITARISMO DE REDE NO COMBATE ÀS *FAKE NEWS* SOBRE O PROCESSO ELEITORAL NAS ELEIÇÕES DE 2020.¹

INTRODUÇÃO

RAZÕES DA PESQUISA

O fenômeno de difusão de notícias falsas ganhou relevância e preocupação na comunidade mundial em razão do seu alcance, poder de propagação de notícias e influência sobre a sociedade. A partir de falsos acontecimentos relatados virtualmente, alavancados exponencialmente pelo uso da Internet e redes sociais, e potencializados por novas tecnologias (MAGALHÃES, 2018) como inteligência artificial, Big Data (COULDRY, 2016), etc, o mundo se aflige, sobremaneira, pelo seu poder de desencadeamento de consequências reais sérias e de alta gravidade.

A premência na repressão e contenção dos impactos deletérios da propagação das *fake news*, tem motivado diversas ações proativas dos poderes Legislativo (CORRÊA; BERALDO, 2019), Judiciário (FOLHA DE SÃO PAULO, 2019) e Executivo (BRANDÃO, 2019) para apurar e estabelecer barreiras normativas que inibam e punam a geração e divulgação de notícias falsas, uma regulação do ciberespaço. Entretanto, o risco está em buscar resguardar direitos fundamentais, do direito à privacidade, dignidade humana, a democracia (FUX, 2018), etc., mas ofender os demais direitos constitucionais, como o direito à liberdade de expressão, autonomia da vontade, etc. (MEIKLEJOHN, 1980; CARVALHO, 1999)², de forma colateral (MACEDO, 2019).

A complexidade da ciberregulação é destacada pela visão de MURRAY (2007, p. 32) que afasta a eficácia da intervenção estatal normativa isolada estatal no ciberespaço. O teórico justifica esta posição dada a sua natureza tecnológica, em que a própria arquitetura e

¹ Francisco Martins de Araújo Neto, mestrando em Direito, CV Lattes: <http://lattes.cnpq.br/1240027889056426>, chicao.araujo@gmail.com.

² *Free Speech and Its Relation to Self Government* (MEIKLEJOHN, 1980); “A informação falsa não seria protegida pela Constituição, porque conduziria a uma pseudo-operação da formação da opinião” (CARVALHO, 1999, p. 88):

“A existência de colisões de normas constitucionais leva à necessidade de ponderação.(...) Nesse cenário, a ponderação de normas, bens ou valores (v. infra) é a técnica a ser utilizada pelo intérprete, por via da qual ele (i) fará concessões recíprocas, procurando preservar o máximo possível de cada um dos interesses em disputa ou, no limite, (ii) procederá à escolha do bem ou direito que irá prevalecer em concreto, por realizar mais adequadamente a vontade constitucional. Conceito-chave na matéria é o princípio instrumental da razoabilidade” (BARROSO, 2008)

constituição descentralizada da rede, onde os delimitadores físicos e geográficos são irrelevantes, desfazem o ímpeto das iniciativas regulatórias governamentais. Diante do dilema, BLACK (2001) propôs inicialmente e aperfeiçoada por MURRAY (2011), uma perspectiva de regulação heterogênea, que envolvesse múltiplos atores reguladores e regulados, de origens tanto estatais quanto da própria rede, e que atuassem na modulação das interrelações no ciberespaço.

Plataformas tecnológicas como o Facebook (ÉPOCA NEGÓCIOS, 2018), Twitter (VALENTE, 2018) e Google (YUGE, 2019), entre outras, se mobilizaram espontaneamente, sem a imposição direta estatal, para estabelecer normas explícitas e embebidas em seus algoritmos (MAGALHÃES, 2018), para regular, coibir e intervir a produção e difusão, em seus ambientes, de notícias falsas e desinformações (TAMBINI, 2018-b; TUCKER, 2018), em complemento e coexistência com a regulação jurídica tradicional.

Constatam-se as dificuldades encontradas pelas instituições, os poderes constituídos no mundo (DEUTSCHE WELLE, 2018; TAMBINI, 2017-b; TAMBINI, 2018) e dos agentes protagonistas do ciberespaço (MANSELL, 2017; CORREIO DO POVO, 2019), que se debatem em iniciativas (KLEIN; WUELLER, 2017), muitas malogradas, de regulamentação deste novo espaço (VYSLOZIL, 2019). A solução, ao que se mostra, não deverá ser obtida pela aplicação tradicional das ações até aqui utilizadas, mas, uma proposta seria seguir as projeções feitas por Murray e demais pensadores contemporâneos que suportam o marco teórico deste estudo.

Utilizando-se uma figura de imagem popular, entende-se que a regulação da Internet é uma busca de agasalhar diversos níveis de demandas com “cobertores” curtos. Temos uma primeira camada de exigências onde residem os interesses: dos cidadãos / usuários, da política, das plataformas digitais, do mercado e das instituições organizadas da sociedade. Outro *layer* seria dos direitos fundamentais em disputa: a democracia, a privacidade, a livre iniciativa, a dignidade humana, soberania das nações, a liberdade de expressão etc. Um outro “cobertor” de recursos findáveis é a limitação das ferramentas reguladoras de intervenção: as tecnológicas, a legislação, as manifestações populares, as pressões políticas etc.

A partir destes dilemas de acomodar todos os anseios e necessidades, quase que insolúveis, entendeu-se que o arcabouço da teoria do comunitarismo de rede de Murray apresentou dois fatores, ao nosso entender, fundamentais para tratar estes diversos ângulos de um mesmo problema: a identificação das forças regulatórias que em um ambiente autopoietico atuam no processo – arquitetura, o direito, as normas sociais e o mercado, representados concretamente pelas plataformas digitais, o Estado, a sociedade e o mercado; e a percepção de que a busca da regulação é um processo contínuo, sistêmico, em rede, multifacetado e de

“sucessos e fracassos” sucessivos (MURRAY, 2018, p. 166). Esta visão, baseada em figuras de linguagem, não foi levada ao corpo do trabalho, restringindo a esta exposição de argumentos que exploram estes dilemas.

RAZÕES ESPECÍFICAS DA ESCOLHA DO TEMA

O tema “*fake news*” foi escolhido por ser complexo, intrigante, sem soluções fáceis e diretas e por confluência de duas áreas de interesse e formação: TI (Tecnologia da Informação) e Direito.

A amplitude do assunto requereu uma delimitação para que o estudo pudesse ter algum foco trabalhável dentro dos contornos de tempo, disponibilidade e energia disponível para produzir algo palpável, observável, de modo a poder contribuir com o curso e, mais ao longe, com o desenvolvimento da temática. Foi escolhida a área eleitoral para análise mais em detalhe, visto a grande repercussão que as desinformações têm tido neste segmento e o alcance que os seus efeitos projetam sobre a sociedade, bem como uma questão em particular, ter tido a experiência na Justiça Eleitoral por vários anos.

Dois outros recortes para o estudo foram necessários: qual das eleições a ser estudada e qual segmento de concentração das *fake news*. Foram escolhidas as eleições de 2020 por serem as mais recentes e, por consequência, ter maior proximidade de fontes, materiais e da lembrança das pessoas, o que seria importante para a aplicação de uma pesquisa de campo pretendida.

Quanto à concentração nas desinformações, foi escolhida a relativa ao “processo eleitoral”, por ser o seu descrédito, pretendido com as notícias falsas, uma ameaça à toda democracia, visto o potencial de se abrir uma fenda profunda na confiança do processo, o que projeta um questionamento avassalador em todo o sistema democrático vigente. Acrescente-se a esta escolha em particular, minha própria experiência na realização de eleições, como responsável direto por elas no Estado do Tocantins em vários anos, e o conhecimento vivenciado em todas as fases do pleito, desde o planejamento até a execução e fechamento.

O modelo ciberregulatório do comunitarismo de rede foi escolhido em razão do marco teórico adotado.

MARCO TEÓRICO

Um ponto de partida para o estudo foi a definição do marco teórico que apoiaria o desenvolvimento das argumentações. Após alguns anos de estudo, desde 2017, debruçado na temática das desinformações, esmiuçando a questão da regulação da Internet e obtida uma visão mais abrangente, por identificação foram escolhidas as posições de Andrew Murray, para

orientar e delinear o pano de fundo que se trata este trabalho. Dentre aquelas concepções acadêmicas que apresentaram uma proposta factível de regular o ciberespaço, pareceu-nos que a do comunitarismo em rede, foi a que mais evoluiu e se mostrou flexível e ajustável ao dinamismo que esta tarefa impõe. Portanto, utilizou-se a obra de Andrew Murray e, em especial, o comunitarismo de rede, como marco e referencial teórico para a dissertação.

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

Apesar de estar propondo se debruçar sobre uma proposta regulatória, de antemão, podemos adiantar que melhor forma de se contrapor à disseminação de desinformações ainda está em construção. Abre-se a oportunidade de se estudar a efetividade da regulação jurídica-normativa do ambiente virtual, envolvendo as plataformas tecnológicas de pesquisa e redes sociais, como medida de combate à propagação de *fake news* no processo eleitoral. Depara-se com a dificuldade de emoldurar o ciberespaço (GIBSON, 2015) com o atual arcabouço jurídico regulatório da Internet, acomodar os conflitos entre direitos fundamentais da liberdade de expressão, privacidade, segurança, autonomia da vontade, dignidade humana e cidadania, tendo as imposições regulatórias tecnológicas do ambiente virtual concebidas por Andrew D. MURRAY (2007, p. 30) como pano de fundo.

A abordagem dialoga com a área de interesse ao pretender iluminar as interações entre as instituições jurídicas, a sociedade e o mercado, em razão das transformações que as novas tecnologias têm imposto, bem como apurar a efetividade das diretivas regulatórias adotadas, e como estas iniciativas se moldam à teoria de comunitarismo em rede. As questões em análise se colocam na interseção de disciplinas como política, direito, economia, sociologia e tecnologia, ao estudar os novos marcos regulatórios, os conflitos que eclodem entre as regulações recentes e as tradicionais, decorrentes das inovações tecnológicas e o protagonismo que as plataformas virtuais exercem nas relações sociais.

Visitar todos estes aspectos envolvidos pela regulação da Internet, nos parece desafiador e estimulante, por abrir uma perspectiva de contribuir com a discussão, por mínima que seja.

HIPÓTESE

A teoria de Murray abrange a regulação da Internet, em todos os seus flancos e possibilidades. A hipótese lançada, para impulsionar esta pesquisa, é de que a aplicação destes preceitos de Murray poderia ser observada em um espectro mais estreito, no esforço e efetividade de contenção dos efeitos deletérios das *fake news* sobre o processo eleitoral nas eleições de 2020. Os resultados desta hipótese poderiam, de certa forma, convalidar a eficácia

aplicada da proposta do comunitarismo de rede, no que tange à atuação estruturada das forças regulatórias que a compõem.

PERGUNTA A SER RESPONDIDA

Este estudo pretende responder a uma questão central: **se haveria adequação e contribuição do modelo regulatório do comunitarismo de rede, proposto por Andrew Murray, na efetividade do combate às *fake news* sobre o processo eleitoral, capitaneada pela Justiça Eleitoral, por ocasião das eleições de 2020?**

DELIMITAÇÕES, PREMISSAS

A vivência e o conhecimento de causa sobre a experiência com o processo eleitoral foram colocados em xeque inicialmente, para que o envolvimento emocional ou intelectual deste autor não retirasse o distanciamento de análise necessário à uma conclusão isenta. De início, foi proposto discorrer profundamente sobre pontos do processo eleitoral, de modo a expor os níveis de confiabilidade de cada etapa dos procedimentos da eleição. Por sábia sugestão do orientador, e, para evitar que se enveredasse por uma discussão densa e de relevância periférica aos propósitos do trabalho, foi tomado como ponto de partida o consenso institucional acerca do processo, manifestado na jurisprudência, no escrutínio do Legislativo e nas ratificações das altas cortes judiciais, TSE, TCU e STF (PONTES, 2020; ROSCOE, 2021; TSE, 2021; AGÊNCIA CNJ DE NOTÍCIAS, 2021; SIQUEIRA; TRIBOLI, 2021; TUROLLO JR., 2018), que firmaram posição acerca da lisura e confiabilidade emanadas pelo sistema eleitoral brasileiro. Portanto, parte-se deste pressuposto: que o atual processo eleitoral brasileiro é consistente, legal, íntegro e confiável; e, que as notícias que procuram desqualificar o processo eleitoral em todas suas fases, sem provas ou evidências concretas, seriam tratadas como *fake news*.

Alguns contornos, pressupostos, premissas e perigos são assumidos com estas escolhas prévias:

- Como já mencionado, o campo de pesquisa terá cortes para delimitar a análise: temporal, se fixando no contexto das eleições de 2020; temático, focando essencialmente nas *fake news* que visam desinformar sobre o processo eleitoral; de abrangência, concentrando-se nas medidas emanadas e circundantes ao TSE – Tribunal Superior Eleitoral;
- O escopo do trabalho também se restringirá à análise das fases do sufrágio, apuração, totalização e divulgação dos resultados das eleições. Não estarão em

análise as atividades judiciais e de registros anteriores (registros de partidos, candidaturas, atos e processos administrativos preparatórios e de infraestrutura logística), e posteriores (processos judiciais eleitorais de julgamento de denúncias, infrações, etc.) ao sufrágio;

- O processo de melhoria, como já mencionado, consiste em “sucessos e fracassos” (MURRAY, 2018, p. 166). Portanto, com o foco restrito no pleito de 2020, poderia se estar analisando tanto uma circunstância bem-sucedida ou fracassada. Com o escopo de análise é temporalmente restrito, envolvendo apenas as eleições de 2018 como ponto de referência, os resultados não serão definitivos. Haverá a necessidade de se ampliar o espectro de observação para uma interpretação e comprovação mais abrangente, para validar com mais concretude a teoria, e, por consequência, tomar mais robusta a hipótese aqui lançada;
- O universo em que as *fake news* se desenvolvem é fluido, variável e em constante mutação. Muitas medidas bem-sucedidas de regulação aplicáveis em determinado momento, poderão ser contornadas por estratégias dos propagadores de desinformações em momento posterior imediato. Portanto, a análise é factual, quase fotográfica, dedicada a um tempo determinado, que necessita de uma série de observações mais ampliada, para a convalidação das conclusões;
- A pesquisa de campo a ser aplicada para conferir algum grau de efetividade das medidas adotadas nas eleições de 2020, por restrições de tempo, ferramental e recursos disponíveis, e dificuldades operacionais e metodológicas, não poderá aferir com precisão estatística absoluta a hipótese. Foi optado por captar apenas as impressões de agentes que atuaram diretamente no processo eleitoral (juízes, promotores, advogados e servidores da Justiça Eleitoral). Este público reduzido foi escolhido por serem expectadores mais próximos e atentos ao processo eleitoral. Não se ignorou a existência de outros grupos tão ou mais bem qualificados, como jornalistas especializados e acadêmicos. Porém, por estarem muito dispersos e de difícil aglutinação, estes não foram considerados. Entretanto, o resultado não constituirá uma aferição precisa de performance, mas indicativa, com certo grau de confiabilidade, das repercussões conferidas no dia a dia do processo eleitoral;
- Para contrastar o grau de efetividade das medidas tomadas em 2020, na pesquisa

optou-se por compará-las com as das eleições de 2018, por serem as mais recentes, mais próximas às eleições em foco, de forma a melhor apurar as comparações, e, também, por ter sido identificada como a ocasião em que a questão das *fake news* sobre o processo eleitoral tomaram vulto na discussão nacional. Entretanto, apesar de relativamente próximas, as lembranças, passados 5 anos, se tornam mais turvas e imprecisas;

- A observação e análise da aplicabilidade e efetividade da teoria regulatória do comunitarismo de rede, por meio da pesquisa de campo, se concentrarão na identificação de como as forças regulatórias se organizaram contra as *fake news*, se houve maior ou menor engajamento entre si e se, diante deste quadro, houve maior efetividade das ações perpetradas contra as desinformações. Não serão observados outros aspectos da teoria.

METODOLOGIA

O estudo procurará por meio de pesquisa bibliográfica e análise crítica, contextualizar o fenômeno das *fake news*, confrontar os valores constitucionais fundamentais que estão sendo ameaçados pelas desinformações; identificar as medidas adotadas pela Justiça Eleitoral para coibi-las em contraste com a concepção do comunitarismo de rede de Murray; pesquisar os resultados obtidos das ações depreendidas; apurar e analisar criticamente a efetividade destas medidas, com a identificação e sugestão de medidas de aprimoramento do combate às *fake news*. Haverá, ainda, um recorte do âmbito da efetividade que se procurará analisar, com ênfase nos números gerados do combate, obtidos junto ao TSE, empresas parceiras e na percepção dos agentes diretamente envolvidos com o processo eleitoral, mediante aplicação de pesquisa de campo.

ORGANIZAÇÃO DO TRABALHO

Este trabalho foi dividido em 3 capítulos. O primeiro será destinado a contextualizar o fenômeno das *fake news*, objeto da análise de todo o trabalho. O objetivo, nesta etapa é nivelar o entendimento do fenômeno, visitando a raízes históricas, decompondo os seus elementos constituintes, as formas em que se apresentam as desinformações, as tecnologias envolvidas e as mudanças sociais globais que estimulam e circundam o surgimento mais intenso das *fake news*, com a exposição do impacto nas instituições, e também como são proliferadas e disseminadas. Acreditamos que este esforço teórico é necessário para expor como o fenômeno se estrutura e molda o ambiente, para que haja entendimento do desafio que é contrapor à sua

difusão. Será mostrado que não se trata de um acontecimento meramente técnico ou um desvirtuamento de conduta de um certo grupo, pois é complexo, muito abrangente, aderente e ao mesmo estimulador de movimentos sociais globais, com implicações multidisciplinares.

Após conhecer do que vem a ser as *fake news* em seus diversos ângulos, a questão sucedânea é visualizar os seus impactos mais profundos nas garantias fundamentais e procurar entender como agir para conter a suas veiculações e mitigar seus efeitos negativos por meio da regulação.

O segundo capítulo procurará enfrentar as questões regulatórias e as garantias fundamentais que estão envolvidas e que delimitam as ações de regulação. Serão dispostos quais e como os direitos constitucionais estão sendo ameaçados, tanto pelas próprias *fake news* quanto pelas medidas propostas de contenção. Serão apresentadas as teorias regulatórias do ciberespaço, para que se explique e contextualize a opção pelo comunitarismo de rede de Murray, objeto central deste trabalho. Uma ênfase maior será dada às plataformas digitais, uma das forças regulatórias do modelo de Murray, mas que, por ser um fenômeno significativo à parte, precisa ser olhado mais a detalhes, pois possuem características novas, poderosas, contraditórias e que encabeçam um movimento social mundial, com repercussões além das previsões mais antigas de futuro. Como será tratado à frente, alguns autores chegam a conceber que o poder das plataformas se avolumou a tal ponto que teria criado uma ruptura nos modelos regulatórios concebidos até então, o comunitarismo de rede, dentre eles. Procuraremos responder a esta posição. Ainda neste capítulo, proporemos uma nova categorização dos algoritmos que impulsionam as ações das plataformas, quanto a sua função frente as *fake news* (algoritmo propagador e regulador) e analisaremos a necessidade de transparência distinta nestes segmentos propostos.

Diante dos desafios colocados pelas *fake news*, as ameaças latentes, seus atores e reguladores, discutidos nos capítulos anteriores, se faz necessário situar as eleições brasileiras de 2020 e os acontecimentos concernentes às desinformações que circundam este acontecimento. O terceiro e último capítulo se voltará a descrever o processo eleitoral das eleições de 2018 e 2020, no tocante às características da realidade brasileira, no que diz respeito ao acesso à Internet, às *fake news* em relação ao processo eleitoral. Serão abordados também os desafios para enfrentá-las, as ações implementadas e capitaneadas pela Justiça Eleitoral, mas em conjunto com as demais forças regulatórias, para combater as desinformações e minoração dos seus efeitos nocivos. Por fim, será apresentada a pesquisa de campo realizada para captar, medir e avaliar a percepção de agentes do processo eleitoral sobre a disseminação das *fake news*, da efetividade dos esforços da Justiça Eleitoral em combatê-las e se os elementos da

regulação por comunitarismo de rede foram identificados, aplicados e contribuíram para melhoria do ambiente de repressão às desinformações ³.

1 CONTEXTUALIZAÇÃO DO FENÔMENO DAS *FAKE NEWS*

A divulgação de notícias falsas é uma prática antiga. Entretanto, as *fake news* possuem ingredientes peculiares que as transformam em um fenômeno próprio com características singulares, principalmente no que tange ao tema político, a ser explorado nesta dissertação. Neste tópico, será debatida a contextualização deste movimento, semelhanças com fenômenos conhecidos e características originais, em que aspectos históricos, sociais, econômicos e tecnológicos, que o circundam, que precisam ser delineados para a plena situação do fenômeno.

Será, também, buscada a análise da terminologia mais adequada, visto que o termo *fake news* é controverso, talvez impreciso, pois submetido a uma poluição conceitual e contaminação política. Serão analisados diversos componentes que interferem na abrangência do termo e identificada a tipologia de seus significados. Neste ponto, dever-se-á identificar os atores, interesses, tecnologias e mudanças de comportamento que impactam a sociedade e favorecem a proliferação das *fake news* sobre as eleições em escala significativa; as diversas formas e causas; informações imprecisas, parciais, fora de contexto, má-fé, erro, descuido da comunicação, manipulação da vontade, intenção de prejudicar, causar dano, interferir na soberania de países alheios, etc. se misturam e produzem consequências reais. Também deverão ser considerados os componentes tecnológicos intrínsecos ao fenômeno, como o poder individual de dispositivos, propagação de ferramentas e novas tecnologias como redes sociais, ferramentas de busca, bots, big data, marketing de massa individualizado por perfis, etc. dão contornos únicos ao fenômeno. O alcance e a instantaneidade da informação possuem novos parâmetros e produzem efeitos nunca experimentados.

1.1 AS *FAKE NEWS*

1.1.1 *Nomenclatura*

O termo *fake news* utilizado no sentido de divulgação de notícias falsas é antigo, tendo registros jornalísticos da década de 1890 (MERRIAM-WEBSTER, n.d.). Alguns autores (ALTAY, 2017; WARDLE, DERAKHSHAN, 2017; OWEN, 2017; KAUR, 2018) têm

³ ** Todas as transcrições de textos estrangeiros foram traduzidas de maneira livre

argumentado que a expressão “*fake news*” ou “notícias falsas” se mostra imprecisa, pois não reflete com acurácia a complexidade e abrangência da “poluição” da informação a que se impregnou em escala global nas mensagens e conteúdos que trafegam na Internet. Outro ponto que exaltam é a apropriação do termo por políticos que o utilizam para designar as notícias que os desagradam (WARDLE, DERAKHSHAN, 2017, p. 10).

Em busca de um rigor na definição da terminologia adequada acerca das *fake news*, por entenderem que havia uma diversidade de informações erradas e desinformadas, seja de forma, motivação ou disseminação, a ponto de tal lacuna de definição ter estagnado o desenvolvimento da pesquisa e ferramentas, formularam o termo “*Information disorder*” para caracterizar este fenômeno.

A tradução livre⁴ de “*disorder*” remete às expressões “desordem”, “transtorno”, “distúrbio”, “doença”, “disfunção”, “confusão”, “tumulto”, “perturbação”, dentre outras. Em meu entender, o âmago da *fake news* e o que torna um fenômeno perturbador e merecedor de estudos, consiste na transformação e até negação das características que de deviam ser inerentes da informação, como acurácia, realidade, confiabilidade, de maneira que esta sirva a outros propósitos, intencionais ou não, pessoais ou de terceiros.

Dado o desvirtuamento e direcionamento político do termo “*fake news*”, vários pesquisadores e jornalistas defenderam o abandono da utilização da terminologia, mas tal posição é criticada veementemente por PAGANOTTI, SAKAMOTO e RATIER (2019, p. 62) por entender que o termo possui apelo popular e que aqueles que procuram explorá-lo para finalidades escusas, não merecem monopolizá-lo. Ruediger e Grassi (2019, p. 9) citam a postura de Donald Trump que imprimiu “nova carga semântica ao termo” transformando em “instrumento de invalidação do que não é favorável sob o próprio ponto de vista”. Entendo que estes autores têm certa razão, embora suspeite de que esta forma de utilização ampla no sentido de refutar aquilo que não é aprazível, restringe-se muito ao contexto americano e europeu, onde as declarações de Trump são ouvidas diretamente em língua nata ou para aqueles que adotam o inglês como segunda língua fluente e estiveram acompanhando proximamente as discussões travadas por Trump. As fontes destes autores citados são eminentemente pertencentes a este

⁴ Tradutores on-line pesquisados:

Cambridge Dictionary: <https://dictionary.cambridge.org/pt/dicionario/ingles-portugues/disorder>

Linguee: <https://www.linguee.com.br/ingles-portugues/traducao/disorder.html>,

Babylon: <http://tradutor.babylon-software.com/ingles/portugues/>

grupo citado. Acredito, sem aprofundamento de pesquisa, que o termo “*fake news*” tem para o brasileiro médio a mesma significância que “desinformações”. Neste sentido, apesar de haver discussões sobre a precisão e exata delimitação da expressão *fake news*, a adoto neste trabalho em mesmo sentido de desinformação ou disfunção informacional.

De acordo com o PL 2630/2020, art. 4^a, II, o conceito de fake news ou desinformação, para fins legais, é o “conteúdo, em parte ou no todo, inequivocamente falso ou enganoso, passível de verificação, colocado fora de contexto, manipulado ou forjado, com potencial de causar danos individuais ou coletivos, ressalvado o ânimo humorístico ou de paródia” (SENADO FEDERAL, 2021, p. 3).

Risso (2019) com suporte dos argumentos do sociólogo francês Jean-Bruno Renard (2007) vaticina que considerar um boato “trata-se, de alguma forma, de uma confiança social obrigatória, sem a qual mergulharíamos em uma paranoia e em uma suspeita sistemática”. Faz uma distinção entre o boato, enquanto uma informação não verificada, não necessariamente falsa, e outra acepção em que se trata da disseminação de uma informação inverídica (p. 70).

O historiador Yuval Harari (2018) defende uma visão de que a elaboração de desinformações, constituídas de ficções, dissimulações e mentiras⁵, fazendo-as soar e parecer verdades, é quase uma questão inata dos humanos (“*homo sapiens*”). Afirma que a coesão da sociedade e a estabilização do poder entre os homens sempre se deu entre um “equilíbrio entre a verdade e a ficção” (p. 296), sendo que nunca se pode prescindir desta última, para pacificar os povos, garantir lealdades e controlar o mundo, em última instância.

1.1.2 Histórico

Rumores, teorias conspiratórias e informações fabricadas estão longe de serem novas (SUNSTEIN, VERMEULE, 2009). Os políticos sempre fizeram promessas irrealizáveis durante as campanhas eleitorais. As corporações sempre afastaram as pessoas de pensar em questões de maneiras específicas. E a mídia há muito tempo divulga histórias enganosas pelo seu valor de choque.

O historiador Robert Darnton (VICTOR, 2017)⁶, relata que as notícias falsas sempre existiram. Lembra que Procópio “foi um historiador bizantino do século 6 famoso por escrever

⁵ WARDLE (2017) acrescenta ainda como desinformação: a sátira (como indutora de situações inverídicas), o conteúdo enganoso, impostor, fabricado e manipulado (meia-verdades) e os contextos falsos

⁶ Robert Darnton professor emérito da Universidade Harvard (de cuja biblioteca já foi diretor), fundador e membro do Conselho da DPLA (Biblioteca Pública Digital da América, na sigla em inglês) Estudiosos da França do século 18, Darnton é autor de "O Diabo na Água Benta" (Companhia das Letras), livro sobre os libelos produzidos na França e na Inglaterra naquele período –publicações que mesclavam injúria, calúnia, difamação e sexo.

a história do império de Justiniano” e escrevia um texto secreto, chamado "Anekdotia" que “espalhou *fake news*”, arruinando completamente a reputação do imperador Justiniano e de outros”. Vale destacar as semelhanças da “Praga de Justiniano”, ocorrida entre 541 e 544, que “assolou o mundo conhecido: da China às costas da Hispânia” (OLAYA, 2020) se espalhando do império bizantino para toda a Ásia e Europa. Segundo o testemunho de Procópio de Cesarea (500-560) “a humanidade estava prestes a desaparecer. Estima-se que 48% da população morreu ao longo de dois séculos” (GALEANA, 2020). Sales-Carbonell (2020) se debruçou sobre os relatos de Procópio, os picos de mortalidade chegaram a “5.000 a 10.000 vítimas por dia, e até mais” e “não afetou uma parte limitada da Terra, um grupo determinado de homens e se reduziu a uma estação concreta do ano [...], e sim se espalhou e se alimentou em todas as vidas humanas, por diferentes que fossem as pessoas das outras, sem excluir naturezas e idade”. “O confinamento e o isolamento eram totais”, e “as autoridades foram incapazes de organizar serviços essenciais”, levando a economia a ruínas (OLAYA, 2020).



Figura 1 Mosaico do século VI do imperador Justiniano e sua corte, na Basílica de San Vital em Ravena. Fonte: GETTY IMAGES (OLAYA, 2020)

No entender de Darnton, o principal difusor de *fake news*, ou "semi *fake news* (porque as notícias continham um pouquinho de verdade)", foi Pietro Aretino (1492-1556), que era jornalista e “aventureiro” e viveu no século 16. Afirmar que em 1522, no início de sua carreira, “escrevia poemas curtos, sonetos, e os grudava na estátua de um personagem chamado Pasquino perto da Piazza Navona, em Roma”, difamando diariamente, com poemas hilários, os cardeais candidatos a virar papa. Os poemas, conhecidos como "pasquinadas", “eram *fake news* em

forma de poesia atacando figuras públicas, fizeram grande sucesso”. Relata que Aretino usava os poemas para “chantagear pessoas, papas, figuras do império romano etc. que lhe pagavam para que ele não publicasse essa espécie de tuíte ancestral” (VICTOR, 2017). Jónatas Eduardo Mendes Machado (2002) levanta que o surgimento do direito autoral, ainda na renascença, tinha o claro objetivo de amenizar e estancar as críticas feitas aos príncipes governantes da época. Entretanto, Alessandra Tridente (2009, p. 11) aponta que o copyright surgiu para estruturar os “privilégios reais concedidos na forma de monopólios a livreiros e editores”, e não para proteger os autores, que só foram reconhecidos como detentores desses direitos pós-revolução francesa, com a elaboração do “droit d’auteur” e alinhamento do copyright.

Darnton lembra que em 1770, em Londres “os chamados “homem-parágrafo” recolhiam fofocas e as redigiam em um único parágrafo em pedacinhos de papel, e vendiam para impressores/editores, que as imprimia em forma de pequenas reportagens muitas vezes difamatórias”. Avalia que este tipo de propagação de notícias falsas com má intenções e muito mais escandalosas do que as de hoje, se dava também em Paris, porém, de maneira “subterrânea”, dada a censura à imprensa. O historiador conjectura que “esse tipo de *fake news* –eram como tuítes ou posts de Facebook– circulando por toda a parte em Paris e em Londres às vésperas da Revolução Francesa e em boa parte do século 18”. (VICTOR, 2017)

Vale a pena registrar que em uma carta de 1807 a John Norvell, um jovem empreendedor que havia perguntado sobre a melhor forma de administrar um jornal, Thomas Jefferson escreveu que, àquela época, seria um ardente posto do médium condenando notícias falsas (UBERTI, 2016).

“É uma verdade melancólica, que uma supressão da imprensa não poderia privar mais completamente a nação de seus benefícios, do que é feito por sua prostituição abandonada à falsidade”, escreveu Jefferson. “Agora nada pode ser acreditado, o que é visto em um jornal. A própria verdade se torna suspeita ao ser colocada naquele veículo poluído”. Acrescentou o presidente americano, “que o homem que nunca olha para um jornal é mais bem informado do que aquele que os lê; na medida em que aquele que nada sabe é mais próximo da verdade do que aquele cuja mente está cheia de falsidades e erros ” (UBERTI, 2016).

Credita-se que o crescimento da imprensa americana, e conseqüente busca de maior clientela e publicidade para florescer o negócio, levou-a exaltar, a partir da década de 1830, o sensacionalismo como estratégia, publicando-se as “mais memoráveis falsificações da mídia na história americana” (UBERTI, 2016). Dentre tais excecências, vale destacar a publicação em 1835, pelo The New York Sun publicou uma série de seis partes, “Grandes Descobertas Astronômicas Recentemente Feitas”, que detalhava a suposta descoberta da vida na Lua.



Figura 2 - Uma gravura que descreve uma das cenas descritas na farsa da lua, data desconhecida - Cortesia: *The Museum of Hoaxes* (UBERTI, 2016)

Outra notícia fantasiosa com o claro intuito comercial, que partiu de um conceituado jornal da época, o *New York Herald*, relatou que animais saíram do zoológico do Central Park, invadiram Manhattan e mataram dezenas, e que muitos deles ainda estavam à solta, impondo que o prefeito da cidade instalasse um rigoroso toque de recolher até que eles pudessem ser capturados (UBERTI, 2016).

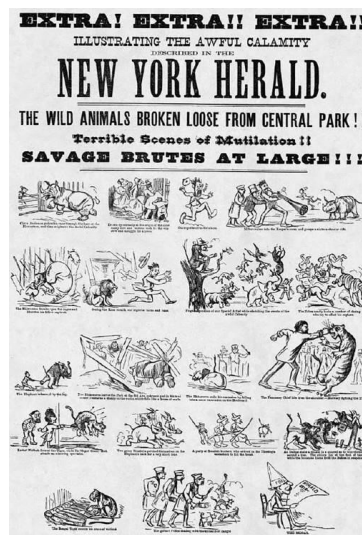


Figura 3 - Uma ilustração do *Harper's Weekly* de 1893 que acompanhava um artigo sobre a farsa do zoológico. Cortesia: *O Museu dos Hoaxes* - (UBERTI, 2016)

Petrola (2019) reforça os argumentos de que o uso de desinformações no jornalismo com o objetivo de potencializar as vendas ou manipular os processos políticos remontam da expansão da *penny press*, imprensa sensacionalista norte-americana do século XIX, com destaque nas batalhas comerciais entre William Hearst e Joseph Pulitzer. Outro exemplo quanto a proliferação de *fake news*, reporta-se à divulgação de “notícias falsas satíricas e sensacionalistas em veículos brasileiros das décadas de 1940 a 1970, que se identificam como

proto-fake news” (p. 90)

Verifica-se, a notícia falsa, embebida de más intenções, voltadas para prejudicar terceiros, obter vantagens pessoais ou econômicas e influenciar a população é por demais antiga. Entretanto, algumas características dão às ditas *fake news* atuais, uma singularidade em relação ao passado. Romanini e Mielli (2019) destacam que até o surgimento da Internet, a manipulação da informação eram se dava pela “ocultação, fragmentação, inversão e indução”, formas conhecidas a que todos estavam cientes ou podiam ficar atentos. Com as novas tecnologias das “plataformas digitais monopolistas”, foram introduzidos mecanismos de inteligência artificial, algoritmos sofisticados, formação de perfis pessoais dos usuários, dentre outros, que os partícipes da cadeia de informação (internautas, usuários, produtores e consumidores de conteúdo) desconhecem as “regras” de manipulação e de todo o seu potencial de distorção da realidade oferecido (p. 36).

Vale a pena lembrar que a menção feita por Dominique Reynié de que a notícia falsa é considerada delito desde o século XIX (1881), em legislação penal comum francesa (CARNEIRO, 2018), fato este, também referenciado pelo Ministro de Estado das Relações Exteriores Aloysio Nunes FERREIRA (2018), ao justificar que o combate às notícias falsas é antigo, tanto no Brasil quanto no exterior.

1.1.2.1 O que difere ?

Albright (2017) chama a atenção que o foco nos fatos tem facilitado o estabelecimento de “narrativas alternativas” que minam a confiança de longo prazo nas organizações jornalísticas e produtoras de notícias, destacando que as principais diferenças em relação ao passado, dizem respeito à velocidade e transparência, estipulando que, em primeiro plano, “as pessoas precisam ser expostas aos fatos antes que a narrativa possa ser distorcida estrategicamente pelas mídias sociais, distrair "vazamentos", operações de trolls e guerra de memes”. Em seguida, aponta que apesar do esforço tecnológico para coibir as notícias falsas, as próprias plataformas, “por meio de tecnologias opacas acrescentam mais uma ruptura na camada de confiança que deve ser restabelecida diretamente entre as organizações de notícias e seus públicos” (ALBRIGHT, 2017, Pág. 88–89).

Outros aspectos são singulares da desinformação em tempos atuais e se posicionam como grande desafio sem precedentes: “a complexidade e escala da poluição da informação”. A má informação contamina o discurso público em uma série de questões, embora grande parte

do furor contemporâneo sobre a desinformação tenha se concentrado em naquelas de cunho político e negacionistas, mas ameaça também, em âmbito mundial, a saúde, o meio ambiente e outros temas caros à convivência social. O fenômeno da desinformação que se dá, por exemplo, na forma de conselhos de tratamento incorretos são perpetuados por meio de rumores falados, tweets, resultados do Google e conselhos do Pinterest, e, também, produz a “sensação de impotência, resultando no desengajamento da política e na redução da probabilidade de as pessoas fazerem pequenas mudanças que reduziriam sua pegada de carbono” ou os efeitos de uma pandemia (WARDLE, DERAKHSHAN, 2017, p. 10). Embora seja fácil desconsiderar o foco repentino nessa questão, devido à longa e variada história de erros e desinformações, argumentamos que há uma necessidade imediata de buscar soluções viáveis para os fluxos de informações poluídos que são agora característica do nosso mundo moderno, conectado em rede e cada vez mais.

Claire Wardle e Hossein Derakhshan (2017), bem como, Rainie (*et al*, 2017) e Solove (2007) relembram que a Internet e a tecnologia social agregada desencadearam mudanças estruturais de como a “informação é produzida, comunicada e distribuída”. Destacam outras características do novo ambiente de informação:

- a) A tecnologia de edição e publicação amplamente acessível, barata e sofisticada tornou mais fácil do que nunca a criação e distribuição de conteúdo por qualquer pessoa;
- b) O consumo de informação, que já foi privado, tornou-se público por causa das mídias sociais;
- c) A velocidade com que a informação é disseminada foi sobrecarregada por um ciclo de notícias acelerado e telefones celulares;
- d) As informações são transmitidas em tempo real entre colegas de confiança, e qualquer informação é muito menos provável de ser contestada (WARDLE, DERAKHSHAN, 2017, p. 11-12).
- e) As informações são transmitidas em tempo real entre colegas de confiança, e qualquer informação é muito menos provável de ser contestada (WARDLE, DERAKHSHAN, 2017);
- f) Os dispositivos de mídia se tornam mais portáteis e multifuncionais, desmembrando as barreiras entre o espaço privado e o público, à medida que os “jornalistas cidadãos” registram eventos e os publicam na web, criando um fenômeno de divulgação de massa para massa, ao invés dos convencionais de uma fonte para outra ou de uma para massa;
- g) apesar de se divulgar em um processo de massa para massa, por meio das plataformas digitais como Google, Facebook, Twitter, etc. e atualização de robôs (bots) autômatos, técnicas de Big Data e Inteligência Artificial, a comunicação se dá de forma personalizada, (peer-to-peer) atingindo os destinatários de maneira certa, moldada ao perfil de cada um;
- h) As informações são transmitidas em tempo real entre colegas de confiança, e qualquer informação é muito menos provável de ser contestada.

Murray (2013) aponta que, nos últimos anos, a adoção de tecnologias digitais foi

impulsionada por 3 fatores: 1) o custo de armazenamento e utilização das redes de comunicações caíram drasticamente nos últimos 50 anos; 2) a velocidade de transmissão pelas redes de computadores aumentou vertiginosamente, e; 3) a contínua demanda dos consumidores para a incorporação de maior capacidade de armazenamento e suporte multiplataforma em todos os dispositivos digitais. As economias modernas das principais nações industrializadas são agora construídas sobre o processamento, armazenamento e transmissão de dados. Uma indústria massiva de processamento de dados cresceu, sendo o Google o principal exemplo de como transformar informações em lucros.

1.1.2.2 As Transfronteiras do Direito da Informação

David Post e David Johnson em seu artigo “Lei e Fronteiras: O Surgimento da Lei no Ciberespaço” apontaram pela primeira vez os efeitos transfronteiriços das transferências de informações digitais e estabeleceram, pioneiramente, o conceito de cyberlibertarianismo clássico, que destituiu as percepções de fronteiras físicas e soberania tradicional das nações. As regras vigentes no ciberespaço permitem que os indivíduos se movimentem livremente por diferentes regiões reguladas por regimes diversos, permitindo que a informação flua sobre as fronteiras tradicionalmente fixadas, ignorando as jurisdições e os limites geográficos (MURRAY, 2013, p. 49).

Outros aspectos que se tornaram difusos e de difícil delimitação dizem respeito aos espaços públicos e privados. Murray (2013) aponta que a convergência digital, a introdução de dispositivos “inteligentes” multifuncionais, portáteis e poderosos, como os celulares e tablets, possibilitou o surgimento de “jornalistas cidadãos” que registram fatos e eventos e os publicam na Internet. A força das mudanças sociais propiciadas por estes novos dispositivos e tecnologias forçaram legisladores e juristas a conceberem e aceitarem que participamos de uma “comunidade internacional” onde não temos o poder de fechar nossas fronteiras (MURRAY, 2013, p. 51).

A Internet como meio de comunicação não foi, por exemplo, abrangida pela regulação constitucional proposta no Capítulo V – Da Comunicação Social, arts. 220 a 224, que estabeleceu o regramento para concessões, permissões e autorização dos veículos de comunicação, TVs e rádios, para os serviços de radiodifusão sonora e de sons e imagens. Preocupações com a regionalização, participação estrangeira no capital e propriedade dos meios de comunicação e demais delimitações de atuação dos veículos nacionais não alcançam a produção de conteúdo globalizada, que marca o ambiente digital da Internet. Mesmo com a

inclusão do §3º do art. 222, CF, que endereça aos “meios de comunicação social eletrônica, independentemente da tecnologia utilizada para a prestação do serviço”, não possui o poder constitutivo de controlar e reger os inúmeros sites e geradores de informações situados no estrangeiro, que, diuturnamente, e com volume avassalador de conteúdo aporta nos dispositivos de cidadãos brasileiros.

Ressalta Guilherme Pereira Pinheiro (2008 b) as evidentes distinções entre a Internet e os demais meios de comunicação quanto ao ambiente regulatório. Destaca, por exemplo, que um mesmo conteúdo, quando veiculado na Internet e na TV aberta, não terão o mesmo tratamento regulatório e enumera as razões e características desta diferença, referenciando Natali Helberger (PINHEIRO, 2008 b, p. 238-239):

- (i) Seu conteúdo não é definido por um (nem por uns poucos) agente, mas por milhões de usuários. Na radiodifusão, o conteúdo é definido pelo radiodifusor;
- (ii) Não existe grade de programação na Internet;
- (iii) O conteúdo é hospedado ou armazenado em provedores de conteúdo e o internauta vai buscar o conteúdo que lhe interessa; o conteúdo não é enviado ao internauta, nem, muito menos, difundido simultaneamente a todos os internautas. O conteúdo que o radiodifusor difunde é o mesmo para todos os telespectadores, que apenas têm a opção de ligar o aparelho de TV e ver o programa, ou não ligar e não vê-lo;
- (iv) A Internet não é obrigada a transmitir programas oficiais do Governo (propaganda eleitoral gratuita; cadeias nacionais ou regionais requisitadas pelo Governo; programa de informação dos Poderes da República, no caso do Rádio);
- (v) A Internet é um serviço bidirecional e implica forte interatividade, enquanto a radiodifusão é um serviço unidirecional; não há interatividade nem canal de retorno;
- (vi) Na Internet, não há um número mínimo de horas a se “transmitir” diariamente nem um limite máximo ao tempo de propaganda comercial veiculada;
- (vii) Na Internet, os meios de transmissão não são de propriedade dos emissores ou controladores de conteúdo, como na radiodifusão;
- (viii) O usuário, como regra geral, muitas vezes paga pelo acesso aos serviços de Internet e nada paga, necessariamente, para receber o serviço de radiodifusão;
- (ix) Na Internet, pode haver contrato entre o explorador do serviço e o usuário/assinante; a recepção da radiodifusão é livre e direta;
- (x) A remuneração do prestador de serviço pode advir do contrato com o usuário ou de propaganda, enquanto a fonte de recursos dos radiodifusores provém unicamente de veiculação de comerciais;
- (xi) Sempre se sabe ou se pode saber, no ambiente Internet, quando um usuário (ou quando certo equipamento) está acessando a rede. O radiodifusor não sabe quem está recebendo sua programação;
- (xii) O acesso à Internet se dá por qualquer meio técnico ou tecnológico (par de fios, cabo, fibra, wireless); a radiodifusão é sempre pelo ar; e
- (xiii) À proatividade de um usuário da Internet, que interage na rede e busca o que

quer, na hora que quer, contrapõe-se a relativa passividade de um telespectador de radiodifusão, que recebe o programa de TV distribuído pelo radiodifusor.

O desafio de regular o ambiente digital se tornou tarefa de difícil tangibilidade. Os fundamentos da “fiscalidade de bens e pessoas e limites jurisdicionais, não poderiam ser estendidos ao ciberespaço”. Alguns juristas e acadêmicos vislumbraram que os legisladores tradicionais ficariam sem poder no ambiente incorpóreo e sem limites do ambiente digital, habilitando que a comunidade do ciberespaço elege-se seus próprios legisladores voltados para formulação de legislação aplicável ao ambiente digital. A celeuma ainda persiste em estabelecer a melhor forma de regular a Internet (MURRAY, 2013, p. 55). Guilherme Pereira Pinheiro (2008 b, p. 237) chama a atenção para que a “a Internet não possui uma administração centralizada, mas constitui um esforço comum de inúmeras organizações, governos e empresas privadas para sua operacionalização” visto que “possui natureza jurídica múltipla, mesclando elementos dos direitos reais, pessoais, intelectuais e obrigacionais dentro de uma perspectiva totalmente nova”.

1.1.2.3 Web 1.0, 2.0 e das Plataformas

Romanini e Mielli (2019) utilizaram uma classificação da evolução da web nos últimos 30 anos em web 1.0, web 2.0 e web das plataformas. A web 1.0, mais antiga, introduzida no Brasil em 1994, seria constituída essencialmente pela utilização dos grandes veículos de mídia para potencializar seus produtos em novo meio digital. A estrutura da web 1.0. era de páginas com informações estáticas e fóruns da Internet.

A web 2.0, sucedânea, teve sua característica predominante na interatividade que permitiu que os internautas das mais diversas matizes pudessem postar seus conteúdos e pautas por meio de blogs, sites pessoais, navegadores, vídeos e manifestações, sendo o nascedouro de plataformas como Orkut, Facebook (2004) e Youtube (2005). A web 2.0 deu aos consumidores a primeira experiência de uma ferramenta convergente de mídia / comunicações e tornou-os e socialmente conectados. Esta nova fase da Internet possibilitou que setores de pouca visibilidade pública pudessem confrontar e até “desmascarar” a mídia tradicional, constituindo uma importante ferramenta para a arregimentação e organização de movimentos sociais (p. 40). A web 2.0 foi considerada “anos dourados” da Internet, quando ficou evidente a diversidade, pluralidade e alcance da nova ferramenta, propagada por estudiosos, intelectuais e ativistas, onde o espaço criado possibilitou que o indivíduo se transformasse simultaneamente em receptor e emissor de conteúdo, sem intermediários (p. 41). Um marco desta etapa, foi a

capacidade que a nova web levou a qualquer pessoa média de poder lidar e se comunicar com grandes grupos de indivíduos, em dimensões que, outrora, apenas a grande mídia de comunicação de massa poderia atingir, tendo ainda, como excepcional recurso, a capacidade de abordá-los globalmente, não apenas localmente.

A conceituação do que vem a ser uma plataforma digital não é consenso na literatura, possivelmente por sua abrangência e constante evolução, o que dificulta a delimitação da definição do termo. Marcos LIMA e Jonas Valente (2020, s.n.), garimpando os melhores delineamentos da terminologia, valendo-se das concepções de Rochet e Tirole (2003), Hands (2013), Van Gorp e Batura (2015) e Gillespie (2018), apontam que as plataformas digitais são espaços multilados (unem diversos fornecedores e inúmeros consumidores) ou agentes de “mediação ativa constituídos sobre uma base tecnológica na qual ocorrem diferentes atividades e pelos quais são transacionados serviços, conteúdos e interações” por meio de dados digitalizados. Acrescentam que possuem como “traço distintivo e sua atuação no ambiente conectado, mesmo que não necessariamente em um endereço www (como no caso dos aplicativos)”, operados por sistemas complexos, amparados por infraestruturas robustas que fazem uso intensivo de dados e algoritmos para “identificar comportamentos, gostos e interesses”, constituindo perfis de usuários para consumo de bens, serviços e informações.

À luz desta caracterização das plataformas digitais, incluem-se as mídias sociais, mecanismos de busca, sites de comércio eletrônico, produtores de *streaming* de vídeo e música e aplicativos em nuvem, o que se remete às grandes empresas de tecnologia (*Big Techs*: Google, Facebook, Amazon, Apple, Twitter, Microsoft). Vista a universalidade e onipresença dos serviços prestados por estas corporações, tem-se a percepção da abrangência e o impacto na sociedade e na economia mundial propiciados por suas atividades.

A web das plataformas foi consequência evolutiva da web 2.0, onde o ponto marcante é a abundância de informações, o “bombardeio informacional” e o surgimento de novos intermediários de conteúdos, constituídos das plataformas privadas, compostas de redes sociais e buscadores. Segundo Romanini e Mielli (2019) o volume astronômico de informações sobrecarregou e inundou a capacidade de absorção dos usuários, deixando-os “vulneráveis e incapazes de discernir o real do imaginário” e criando um ambiente de “insegurança informacional”, em que a “informação encontra-se literalmente contaminada, envenenada por toda espécie de mentira, poluída de rumores, pelas deformações, pelas distorções e manipulações” (p. 28). A manipulação de massa se transformou. A mensagem deixou de ser uniformizada de um emissor para todo o público, para ser personalizada em massa, em comunicação distribuída em rede, baseada em lapidação de perfis pessoais, endereçada

especificamente a cada indivíduo e moldada a seu individual sabor (p. 42-43).

1.1.3 Elementos da desinformação: Causas, formas, componentes

Com o objetivo de estratificar a análise da disfunção informacional (Information disorder), Wardle e Derakhshan (2017) examinam separadamente os "elementos" (o agente, as mensagens e os intérpretes), como se segue:

Agent	Actor Type: Level of Organisation: Type of Motivation: Level of Automation: Intended Audience: Intent to Harm: Intent to Mislead:	Official / Unofficial None / Loose / Tight / Networked Financial / Political / Social / Psychological Human / Cyborg / Bot Members / Social Groups / Entire Societies Yes / No Yes / No
Message	Duration: Accuracy: Legality: Imposter Type: Message Target:	Long term / Short-term / Event-based Misleading/ Manipulated / Fabricated Legal / Illegal No / Brand / Individual Individual / Organisation / Social Group / Entire Society
Interpreter	Message reading: Action taken:	Hegemonic / Oppositional / Negotiated Ignored / Shared in support / Shared in opposition

Figura 4 - Elementos da disfunção de informação (WARDLE, DERAKHSHAN, 2017)

1.1.3.1 Tipologia

Vale a pena utilizarmos a classificação realizada por Wardle (WARDLE, DERAKHSHAN, 2017) em "*Fake News. It's Complicated*", em que descreve sete tipos de erros e informações, revelando o amplo espectro de conteúdo on-line problemático:



Figura 5 - 7 Types of Mis- and Dis-information (Credit: Claire Wardle, First Draft) view [HYPERLINK "https://shorensteincenter.org/wp-content/uploads/2017/10/Figure-1.png?x78124"](https://shorensteincenter.org/wp-content/uploads/2017/10/Figure-1.png?x78124) larger (WARDLE, DERAKHSHAN, 2017)

Relaciona os tipos de disfunção informacional:

- Sátira - forma crítica, com humor, que pode induzir às conclusões e concepção de situações inverídicas;
- *Misleading content* – conteúdo enganoso;
- *Imposter content* – conteúdo impostor;
- *Fabricated content* – conteúdo fabricado;
- *False connections* – conexões falsas entre fatos e meias-verdades;
- *False context* – contexto falso, onde falas e citações são retiradas de circunstâncias originais e colocadas em situações comprometedoras;
- *Manipulated content* – conteúdo manipulado para criar uma meia-verdade verossímil.

Acrescentaria ainda:

- *Misinformation* – *fake news* repassada sem dolo, por erro ou desconhecimento;
- *Disinformation* – com o objetivo de prejudicar, tirar proveito e/ ou enganar o leitor da notícia, aplicada com dolo;
- *Confirmation bias* – aceitação sem verificação de determinada informação como verdadeira baseada apenas em crenças ou desejos próprios;
- *Disconfirmation bias* – forte rejeição de conteúdo por simplesmente diferir da opinião ou crença previamente formada, sem confronto com a realidade.

Didaticamente, se a disfunção da informação pode ser estruturada, conceitualmente, tem três componentes, cada um deles também dividido em três partes (WARDLE, DERAKHSHAN, 2017):

- Os três tipos de disfunção de informação: desinformação, má informação e mal informação:
 - Má-informação é quando informação falsa é compartilhada, mas nenhum dano é objetivado;
 - Desinformação é quando informações falsas são conscientemente compartilhadas para causar danos;
 - Mal-informação é quando informações genuínas são compartilhadas para causar danos, muitas vezes ao mover para esfera pública, informações projetadas para permanecerem privadas.
- As três fases da disfunção da informação: Criação, Produção e Distribuição;
- Os três elementos da disfunção da informação: Agente, Mensagem e Intérprete.

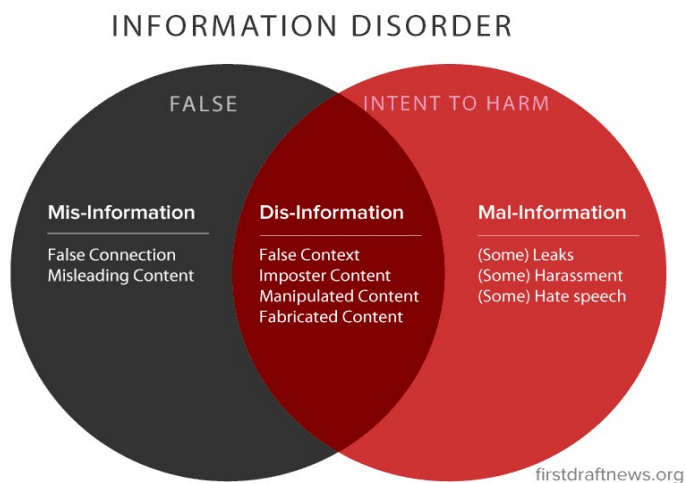


Figura 6 - Disfunção Informacional (Information Disorder - WARDLE, DERAKHSHAN, 2017)

Por sua vez, a EAVI – The European Association for Viewers Interests (CELOT, 2018), elaborou sua própria tipologia, adotada, por exemplo, pelo Media Education Lab, da University of Rhode Island, em que classifica as notícias enganadoras em dez categorias (RISSO, 2019):

PARA ALÉM DAS NOTÍCIAS FALSAS

10 TIPOS DE NOTÍCIAS ENGANADORAS

propaganda  <ul style="list-style-type: none"> ■ pode ser benéfica ou prejudicial ■ adotada por governos, empresas e associações sem fins lucrativos para influenciar atitudes, valores e conhecimentos ■ apela às emoções 	tendenciosas  <ul style="list-style-type: none"> ■ privilegiam factos que se enquadram na narrativa enquanto abdicam de outros ■ ideológicas e que incluem a interpretação de factos, mas podem invocar ser imparciais ■ linguagem emocional e apaixonal 	IMPACTO <ul style="list-style-type: none"> ■ neutro ■ baixo ■ médio ■ alto MOTIVAÇÃO <ul style="list-style-type: none"> ■ dinheiro ■ política/poder ■ humor/diversão ■ paixão ■ (des)informar
caça-cliques  <ul style="list-style-type: none"> ■ manchetes apelativas, sensacionalistas, concebidas para distrair ■ frequentemente enganosos e o conteúdo pode não se refletir no título ■ impulsiona as receitas de publicidade 	teoria da conspiração  <ul style="list-style-type: none"> ■ conteúdo não falsificável e evidências que refutam a conspiração são encarados como mais elementos que comprovam a própria conspiração ■ rejeita os especialistas e a autoridade ■ tenta explicar de forma simples realidades complexas como resposta ao medo ou incerteza 	
conteúdo patrocinado  <ul style="list-style-type: none"> ■ publicidade feita para parecer conteúdo editorial ■ potencial conflito de interesses para genuínas organizações de notícias ■ os consumidores podem não identificar o conteúdo como publicidade se não estiver claramente indicado 	pseudociência  <ul style="list-style-type: none"> ■ adepta de greenwashing, curas miraculosas, anti-vacinação e negação das alterações climáticas ■ deturpa estudos científicos reais com alegações exageradas ou falsas ■ contradiz frequentemente os peritos 	
sátira e hoax (embuste)  <ul style="list-style-type: none"> ■ comentário social ou humor ■ pode embaraçar quem confunde o seu conteúdo com conteúdo verdadeiro ■ varia largamente em qualidade e intenção de sentido e pode não ser aparente 	desinformação  <ul style="list-style-type: none"> ■ inclui uma mistura de conteúdo factual, falso ou parcialmente falso ■ atribuições falsas, conteúdo manipulado e manchetes enganadoras ■ a intenção pode ser informar mas o autor pode não ter consciência de que o conteúdo é falso 	
erros  <ul style="list-style-type: none"> ■ organizações noticiosas estabelecidas cometem, por vezes, erros ■ as organizações com maior reputação publicam pedidos de desculpa ■ os erros podem prejudicar a marca, ofender ou levar a litígios 	fictício  <ul style="list-style-type: none"> ■ conteúdo completamente fabricado dissemina-se internacionalmente para desinformar ■ técnicas de marketing de guerrilha, bots, comentários e branding falsificado ■ motivado pelas receitas publicitárias, influência política, ou ambos 	
PARA IR MAIS ALÉM...		
atribuição falsa  <ul style="list-style-type: none"> ■ imagens, vídeo ou citações autênticas são associadas ao evento errado ou atribuídas à pessoa errada 	enganador <ul style="list-style-type: none"> ■ o conteúdo não representa o que a manchete e as legendas sugerem 	 eavi MEDIA LITERACY for CITIZENSHIP www.eavi.eu
falsificação <ul style="list-style-type: none"> ■ websites e contas de Twitter que se fazem passar por uma personalidade ou marca conhecidas 	conteúdo manipulado <ul style="list-style-type: none"> ■ o conteúdo, como estatísticas, gráficos, fotos e vídeo, é modificado ou manipulado 	

Figura 7 - EAVI – The European Association for Viewers Interests (CELOT, 2018)

A EAVI classifica e detalha os impactos e objetivos das várias formas de notícias enganosas (RISSO, 2019, p.70 - 72, grifos nossos):

1. **Propaganda:** adotada por governos, empresas privadas e organizações não governamentais para manipular atitudes, valores e conhecimento. Normalmente, recorre às emoções e seus impactos são neutros, pois podem ser positivos ou negativos. Objetivos: atitude e poder.
2. **Clickbait/caçadores de clicks:** são conteúdos desenvolvidos para gerar receitas publicitárias. Seu conteúdo é chamativo, sensacionalista, criado para distrair. Quase sempre é enganoso e o conteúdo pode não refletir o título. Tem baixo impacto e seus objetivos são financeiros e causar humor.
3. **Conteúdo patrocinado:** Publicidade feita para parecer conteúdo editorial. Esses conteúdos representam um potencial conflito de interesses para genuínas organizações de notícias, pois os leitores não conseguem distinguir como publicidade se não estiver claramente identificado. Seu impacto é baixo e o objetivo exclusivamente financeiro.
4. **Sátiras e farsas:** comentários ou publicações engraçadas que podem variar em qualidade. Estão baseadas em ironia, capazes de envergonhar as pessoas que acreditam no que leram e divulgaram. De baixo impacto, seu objetivo é o humor.
5. **Erros:** Veículos jornalísticos às vezes se equivocam. E esses erros podem

prejudicar o nome da publicação, ofender e terminar em problemas legais. Organizações de boa reputação se retratam e se desculpam publicamente. Segundo a EAVI, causam baixo impacto, seu objetivo é (des)informar.

6. **Partidária:** de viés ideológico e inclui interpretações subjetivas dos fatos, porém pode aparentar imparcialidade. Privilegia fatos que se ajustam ao discurso político do emissor enquanto ignora outros. Faz uso de linguagem apaixonada e emocional. Acarreta médio impacto e seu objetivo é paixão e poder.

7. **Teorias da conspiração:** buscam explicar realidades complexas da forma mais simples possível como resposta ao medo e incerteza. Essas teorias não são falsificáveis. A evidência que descarta a conspiração é assinalada como prova adicional da conspiração, rejeitando a opinião de especialistas e autoridades. Tem alto impacto e seu objetivo é paixão e (des)informar.

8. **Pseudociência:** promove o “greenwashing” (induz a acreditar que uma empresa é eco-friendly), curas milagrosas, antivacinação e negação da mudança climática. Tais conteúdos caluniam estudos científicos reais com declarações falsas e exageradas. contradizem aos especialistas. De impacto alto, objetiva lucros financeiros e paixão.

9. **Desinformação:** inclui uma mescla de conteúdo factual com conteúdo falso ou parcialmente falso. Mesmo quando a intenção é informar, o autor desconhece que o conteúdo é falso. Estão nessa categoria as declarações falsas, manipulação da informação e títulos enganosos. Causam alto impacto e o objetivo é (des)informar.

10. **Calúnias/falsidades:** criadas com o único propósito de desinformar, faz uso de táticas de marketing de guerrilha; bots, falsificação de marcas e de comentários motivadas por ganância econômicas, influência política ou ambos. Têm alto impacto e seu objetivo é paixão e poder.

Por sua vez, a BBC Brasil desconsiderou parte destas categorias, mas adicionou ainda “a falsa checagem”, que busca desacreditar uma notícia real atribuindo-a como falsa (RISSO, 2019, p.76).

Por último, apresento também as definições e classificações trazidas por Ruediger e Grassi (2019, p. 13 e 14):

- Operações de informação ou influência: Ações empenhadas por governos ou por atores organizados e não estatais com o objetivo de distorcer o sentimento político dentro ou fora do país de origem dessas ações, frequentemente para obter resultados geopolíticos ou estratégicos específicos. Essas operações podem usar uma combinação de métodos, entre os quais notícias falsas, desinformação ou redes de perfis falsos (para amplificar de forma artificial a ação), com foco em manipular a opinião pública.
- Notícias falsas: Artigos noticiosos publicados e distribuídos como factuais, mas que contêm erros intencionais de apuração e apresentação dos fatos com o propósito de estimular reações passionais, atrair audiência ou enganar o público.
- Amplificadores falsos: Atividade coordenada de uso de contas/perfis não autênticos e não espontâneos, com o propósito de manipular o debate político (p. ex. ao desencorajar partidos e grupos específicos de integrar o debate ou ao ampliar vozes sensacionalistas sobre outras).
- Desinformação: Conteúdo impreciso ou manipulado feito, de forma intencional, para que seja disseminado. Pode incluir notícias falsas ou envolver outros métodos mais sutis, como operações false flag (ou seja, quando um ente governamental realiza uma ação prejudicial e atribui a outro ente a responsabilidade pela ação); provisão de informações e declarações incorretas a fontes, atores e veículos não cientes da incorreção; ou, de forma consciente, a ampliação de divulgação de conteúdos tendenciosos ou mentirosos. O que difere a desinformação da simples informação

errada é a intencionalidade, porque redes de desinformação possuem propósitos maliciosos ao produzir e compartilhar informações imprecisas.

1.1.4 Elementos da desinformação

Com o objetivo de estratificar a análise da disfunção informacional (Information disorder), Wardle e Derakhshan, (2017) examinam separadamente os "elementos" (o agente, as mensagens e os intérpretes).

1.1.4.1 Quanto ao agente

Os "agentes" são aqueles que criaram, produziram e distribuíram a desinformação. É necessário entender quem são e quais são as suas motivações. Agentes podem ser oficiais, como serviços de inteligência, partidos políticos, organizações de notícias. Eles também podem ser não oficiais, como grupos de cidadãos que se tornaram evangelizadores sobre um assunto. Os agentes podem trabalhar individualmente, em organizações de longa data, fortemente organizadas (por exemplo, empresas de relações públicas ou grupos de lobby) ou em grupos improvisados organizados em torno de interesses comuns. O agente pode ou não pretender enganar, deliberadamente o público-alvo. O agente pode ou não pretender, deliberadamente causar dano (WARDLE, DERAKHSHAN, 2017).

Existem quatro fatores motivadores potenciais: a) financeiro: lucrando com desordem de informação através de publicidade; b) política: desacreditar um candidato político em uma eleição e outras tentativas de influenciar a opinião pública; c) social: conectando-se com um determinado grupo on-line ou off-line; e d) psicológico: busca de prestígio ou reforço. Agentes diferentes podem ter diferentes públicos-alvo em mente. Esses públicos podem variar de listas de discussão internas ou de consumidores de uma organização a grupos sociais baseados em características socioeconômicas, até uma sociedade inteira (WARDLE, DERAKHSHAN, 2017).

A capacidade de automatizar a criação e a disseminação de mensagens online tornou-se muito mais fácil e, fundamentalmente, mais barata. Há muita discussão sobre como definir um *bot*. Uma definição popular do Oxford Internet Institute é uma conta que publica mais de 50 vezes por dia, em média. Tais contas são frequentemente automatizadas, mas podem ser operadas por pessoas. Outras contas, conhecidas como ciborgues, são operadas em conjunto por softwares, algoritmos e pessoas (WARDLE, DERAKHSHAN, 2017).

1.1.4.2 *Quanto à Mensagem*

Deve-se distinguir que tipo de mensagem foi usada, seu formato e suas características. Algumas mensagens são projetadas para permanecer relevantes e impactantes a longo prazo (durante toda uma guerra ou em perpetuidade). Outros são projetados para o curto prazo (durante uma eleição) ou apenas um momento, como no caso de uma mensagem individual durante um evento de notícias de última hora (WARDLE, DERAKHSHAN, 2017).

A precisão de uma mensagem também é importante para examinar. Como discutido anteriormente, a má informação é uma informação verídica usada para prejudicar (seja movendo informações privadas para a arena pública ou usando afiliações de pessoas, como sua religião, contra elas). Para informações imprecisas, há uma escala de exatidão de uma conexão falsa (um título que é incompatível com o conteúdo do artigo) para informações 100% fabricadas (WARDLE, DERAKHSHAN, 2017).

A mensagem pode ser ilegal, como nos casos de discursos de ódio reconhecidos, violações de propriedade intelectual, violações de privacidade ou assédio. Claro, quais mensagens são legais diferem por jurisdição. A mensagem pode usar o *branding* oficial (por exemplo, logotipos) não oficialmente, ou pode roubar o nome ou a imagem de um indivíduo (por exemplo, um jornalista conhecido) para parecer digno de crédito (WARDLE, DERAKHSHAN, 2017).

O agente tem um público-alvo em mente (o público que deseja influenciar), mas isso é diferente do alvo da mensagem (aqueles que estão sendo desacreditados). O alvo pode ser um indivíduo (um candidato ou um líder político ou empresarial), uma organização (uma empresa privada ou uma agência governamental), um grupo social (uma raça, etnia, a elite, etc.) ou uma sociedade inteira (WARDLE, DERAKHSHAN, 2017).

1.1.4.3 *Quanto ao Intérprete*

Quando a mensagem foi recebida por alguém é importante identificar como eles interpretam a mensagem e, em decorrência, se tomaram alguma ação e que tipo de ação. Neste sentido, o receptor pode ter uma posição hegemônica, de oposição, negociada, de ignorância, de compartilhamento de apoio ou de contestação (WARDLE, DERAKHSHAN, 2017).

1.1.4.4 *Fases da Desinformação*

Wardle e Derakhshan enfatizam a necessidade de considerar as três "fases" diferentes (criação, produção, distribuição) da disfunção da informação, em que fazem a

distinção do "agente" que cria uma mensagem fabricada pode ser diferente do agente que a produz - que também pode ser diferente do "agente" que distribui a mensagem.

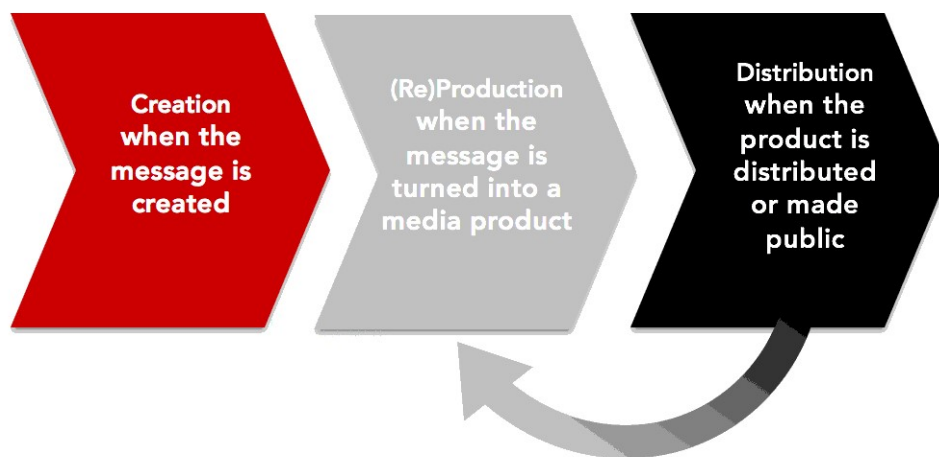


Figura 8 - Fases da disfunção informacional (WARDLE, DERAKHSHAN, 2017)

Ressalte-se que recursos visuais podem ser muito mais persuasivos do que outras formas de comunicação os tornando veículos muito mais poderosos e efetivos para a propagação de erros de informação e desinformação. As manipulações de clipes de áudio ou vídeo por meio de recursos tecnológicos, não necessariamente avançados, podem criar mensagens fabricadas com alto alcance indutivo e destrutivo (WARDLE; DERAKHSHAN, 2017).

1.2 A GLOBALIZAÇÃO E ANTIGLOBALIZAÇÃO

A produção e proliferação das *fake news* e a própria caracterização do fenômeno no campo político, têm como pano de fundo a globalização, enquanto uma concepção e implementação de políticas econômicas neoliberais, com bases tecnológicas, fruto da formação da aldeia global (MCLUHAN, 1996) e que produz efeitos sociais notáveis. Neste tópico, será objetivado demonstrar que o movimento da globalização está intimamente ligado às *fake news* de contexto político, havendo um sincronismo do ferramental tecnológico impulsionador, das causas centradas nas mudanças econômico-sociais produzidas, tanto pelos avanços tecnológicos quanto da implementação da globalização em suas políticas neoliberais, e a criação da sociedade de riscos. Após discorrer sobre as características das *fake news* é importante identificar movimentos sociais de escala global que influenciam e potencializam o

fenômeno e que criam terreno fértil para a proliferação das desinformações. De mesma sorte, estes movimentos e, principalmente, os contramovimentos de resistências (antiglobalização e desglobalização), se valem das *fake news* para ampliar o engajamento em suas narrativas.

1.2.1 Histórico

Segundo Octavio Amorim Neto (2017), o mundo já presenciou três ondas de globalização: i) a expansão dos navegadores portugueses; ii) o final do século XIX, impulsionada pelas revoluções nos transportes e nas comunicações, até a eclosão da 1ª. Guerra; iii) a partir da década de 1980, marcada com a queda do bloco soviético, a emergência da China, com as novas políticas transformadoras de Deng Xiaoping, a liberalização econômica implementada por Reagan e Thatcher e a democratização do sul da Europa, América Latina, Europa Oriental, África e Ásia iniciadas na década de 1970 até 1990. Autores como Andre Gunder Frank e William R. Thompson (2006, p. 127) chegam a referir que a globalização tem um passado mais longínquo, remetendo-se ao terceiro milênio a.C.

A expressão “globalização” em sua acepção mais recente e atual, tem tido várias tentativas de se conceituar. Nayef R. F AL-Rodhan (2006) coletou 114 definições do termo globalização. Analisou o conjunto pesquisado e aponta que uma definição única pode apenas se caracterizar vinculada a um certo período de tempo, aplicável a um limitado grupo de pessoas e de situações. Alerta que:

“A globalização envolve integração econômica; a transferência de políticas através das fronteiras; a transmissão de conhecimento; estabilidade cultural; a reprodução, relações e discursos de poder; é um processo global, um conceito, uma revolução e “um estabelecimento do mercado global livre de controle sociopolítico” (p. 3)

Na tentativa de aglutinar as várias concepções, propôs a sua própria definição: “*A globalização é um processo que abrange as causas, o curso e as consequências da integração transnacional e transcultural das atividades humanas e não humanas.*” (p. 5)

Anthony McGrew (2003, p. 98) define, por sua vez que ⁷

a globalização [é] um processo que gera fluxos e conexões, não apenas entre estados-nação e fronteiras territoriais nacionais, mas entre regiões, continentes e civilizações globais. Isso convida a uma definição de globalização como: “um processo histórico que engendra uma mudança significativa no alcance espacial de redes e sistemas de relações sociais para padrões transcontinentais ou interregionais de organização humana, atividade e exercício de poder

Bizawu e Rodrigues (2017) entendem que a globalização é ambivalente e se refere tanto

⁷ Tradução livre de: “globalization [is] a process which generates flows and connections, not simply across nation-states and national territorial boundaries, but between global regions, continents and civilizations. This invites a definition of globalization as: ‘an historical process which engenders a significant shift in the spatial reach of networks and systems of social relations to transcontinental or interregional patterns of human organization, activity and the exercise of power.’”

a uma ideologia, em que se concebe uma economia mundial gerida por pequenos grupos de “capitalistas multinacionais”, quanto uma caracterização de uma mudança real, da dinamização global do “comércio, interconexões e transmissões de informações”. Em seu entender, a junção das duas acepções conduz para a configuração do “sistema capitalista da revolução da informação” atual, marcado pelo “processo real de compartimentação, substituição de redes hierarquias piramidais, mobilidade multifuncional, escondendo de fato um tremendo ressurgimento da precarização do trabalho adornada termo "flexibilidade" ambivalente”. (p. 245-246)

Por sua vez, Manuel Castells (2006) concebe a atualidade como sociedade em rede que transcenderia à do conhecimento ou da informação, termos que muito se utiliza. Preconiza que o conhecimento e informação já estavam presentes, historicamente em nossa sociedade. O que se diferencia da atual é que os núcleos de conhecimento, que outrora eram estanques e ensimesmados, fossem por questões de distâncias geográficas ou por barreiras impostas pela própria dinâmica da atividade, a partir da base microeletrônica digital propiciadas pelas redes tecnológicas, formaram uma nova organização social: as redes. A sociedade em redes, por sua característica de serem flexíveis e adaptáveis, permitiu que os núcleos de conhecimento e poder ultrapassassem suas fronteiras e limites históricos e se descentralizassem e abarcassem realidades distintas, se tornassem “redes globais de capital, bens, serviços, comunicação, informação, ciência e tecnologia” (CASTELLS, 2006, p. 18). Segundo o autor,

A sociedade em rede, em termos simples, é uma estrutura social baseada em redes operadas por tecnologias de comunicação e informação fundamentadas na microelectrónica e em redes digitais de computadores que geram, processam e distribuem informação a partir de conhecimento acumulado nos nós dessas redes. [...] As redes são estruturas abertas que evoluem acrescentando ou removendo nós de acordo com as mudanças necessárias dos programas que conseguem atingir os objectivos de performance para a rede. (p. 19).

Coadunando com a percepção de Al-Rodhan (2006), que o conceito de globalização é particular em cada grupo de indivíduos, Amorim Neto (2017) identifica que tanto para o ocidente (EUA e Europa) quanto o oriente (China, como líder) a globalização significa “a expansão ou ampliação dos fluxos financeiros e comerciais”, tendo o primeiro, entretanto, incorporado ainda que o termo acomoda a “expansão do universo de países democráticos”.

Já Stuart Hall (2006, p. 67) aponta que a globalização se refere a processos, que “atuantes numa escala global, que atravessam fronteiras nacionais, integrando e conectando comunidades e organizações em novas combinações de espaço-tempo, tornando o mundo, em realidade e em experiência mais interconectado”.

Dugnani (2018) atrela a globalização e a pós-modernidade, estabelecendo uma íntima

relação de influência mútua, propiciada pela revolução dos meios de comunicação digitais e as “possibilidade de trocas eficientes e intensas entre os indivíduos de culturas e nações distintas”. (p. 3-4)

Apesar das dificuldades de se constatar a consistência acadêmica, o site Wikipedia⁸ define que a globalização “*é um dos processos de aprofundamento internacional da integração econômica, social, cultural e política (AL-RODHAN, STAUDMANN, 2006; ALBROW, KING, 1990, p. 8. ⁹), que teria sido impulsionado pela redução de custos dos meios de transporte e comunicação dos países no final do século XX e início do século XXI (STEVER, 1972, p. 1-3)*”.

Diante da vagueza e imprecisão que o termo possa ter, vale a pena considerar a observação de Cesare Poppi (1997, p. 300) acerca deste processo de busca de sua definição¹⁰:

A literatura decorrente do debate sobre a globalização cresceu na última década, além da capacidade de qualquer indivíduo de extrair uma definição viável do conceito. Em certo sentido, o significado do conceito é evidente por si mesmo; em outro, é vago e obscuro, pois seu alcance é amplo e está em constante mudança. Talvez, mais do que qualquer outro conceito, a globalização seja o debate sobre ela.

1.2.2 Ganhos e mudanças

Independente da precisão da expressão, a globalização, nos moldes atuais, impactou toda a sociedade de maneira significativa. É perceptível que as comunicações, o comércio mundial e as integrações socioculturais propiciadas pela Internet mudaram o mundo nas últimas décadas. A tecnologia da informação colocadas à disposição oportunizou a melhoria da qualidade de vida, que, com o surgimento de novos medicamentos, equipamentos e técnicas levou a uma maior longevidade nos países emergentes e desenvolvidos, e retirou da pobreza extrema 400 milhões de pessoas entre 1981 a 2001, notadamente nas nações mais abertas à globalização (CHEN; RAVALLION, 2004).

Outra consequência da difusão das comunicações de massa foi a criação da chamada “aldeia global”, idealizada por McLuhan (1996). O autor identifica que “os meios de comunicação não são apenas meios responsáveis pela transmissão das informações, mas, (...) são extensões do humano”, são a própria mensagem e responsáveis por “mudanças no comportamento e na consciência dos seres humanos e em suas organizações sociais”. McLuhan

⁸ WIKIPEDIA. Disponível em: https://pt.wikipedia.org/wiki/Globaliza%C3%A7%C3%A3o#cite_ref-GCSP_1-0. Acessado em: 18/11/2020

⁹ “...all those processes by which the peoples of the world are incorporated into a single world society.”

¹⁰ Tradução livre de: “The literature stemming from the debate on globalization has grown in the last decade beyond any individual’s capability of extracting a workable definition of the concept. In a sense, the meaning of the concept is self-evident, in another, it is vague and obscure as its reaches are wide and constantly shifting. Perhaps, more than any other concept, globalization is the debate about it”.

(1996) entende, entretanto, que os meios de comunicação digitais são retribalizantes, na medida que as rede sociais reúnem os indivíduos em comunidades de interesses comuns, independentemente da “proximidade espacial, legal ou nacional” (DUGNANI, 2018, p. 5-7).

Se a fala foi responsável pela formação das tribos, a escrita pelas grandes civilizações e a impressão pela constituição das nações e conseqüente destribalização, os novos meios de comunicação digital, com troca de informações globais, constituíram novas tribos de culturas híbridas, desterritorializadas, sem fronteiras, a **aldeia global**. A organização política a partir dos meios de comunicação, segundo Marshall McLuhan (1996), pode ser assim aglutinada (DUGNANI, 2018, p. 8-9):

Meios de Comunicação	Características	Organização Política
Fala	- Memória - Exterior - Tribalização - Padronização/ uniformização	Tribo
Escrita (fonética)	- Registro material - Segredo - Burocrático - Destribalização - Padronização / uniformização	Grandes Civilizações Egito, Mesopotâmia, e Clássica
Meios Impressos	- Registro material - Segredo - Burocrático - Destribalização - Padronização/ uniformização - Mecanização	Nação/ nacionalismo
Meios Elétricos	- Padronização/ uniformização - Industrial , - Retribalização	Internacionalização de Culturas
Meios de Comunicação de Massa	- Receptor passivo - Padronização/ uniformização - Industrial - Retribalização	Internacionalização de Culturas Massificação
Meios Digitais/ Internet	- Interação - Mobilidade - Emissor e receptor ativos - Padronização / uniformização - Retribalização	Globalização Informação

Tabela 1 - Organização política a partir dos meios de comunicação, segundo Marshall McLuhan (1996) – Fonte: (DUGNANI, 2018, p. 8-9)

Sob o prisma econômico da transformação da sociedade, Castells (2006, p. 20) aponta que a “nova economia”, que ele chama de “economia de rede”, se tornou em uma nova forma de “organização da produção, distribuição e gestão” eficiente que propiciou um aumento

significativo da produtividade de países como os EUA, que no período de 1996-2005, mais que dobrou em relação aos anos de 1975-95, Finlândia, Irlanda, China, Índia, dentre outros. Aponta o pesquisador, que o impulso na produtividade se deve a 3 fatores essenciais, presentes em nações, setores da economia e empresas: criação e propagação das novas tecnologias digitais de comunicação e informação; transformação do trabalho, que se tornou “altamente qualificado, autônomo, capaz de inovar e de se adaptar a mudanças globais constantes e à economia local”; e, a inédita forma de organização em torno das redes. Indica que em busca de flexibilidade e competitividade, as grandes corporações se descentralizaram em unidades semiautônomas, as pequenas e médias, formaram redes de negócios, compartilhando o mercado em rede e se conectando aos processos das grandes empresas, na forma de projetos (p. 21).

1.2.3 Impactos e paradoxo

Castells (2006) identifica que são as redes que contratam e despedem os trabalhadores em escala global, em diferentes formas de acordo com as categorias e níveis de qualificação dos recursos humanos. Quanto à transformação do trabalho e o emprego, o autor pontua que as inovações tecnológicas impõem a renovação dos trabalhadores substituindo os postos tradicionais por outros que requerem maior preparo e em áreas diferentes; o mercado passou a requerer trabalhadores “autoprogramados”, com maior flexibilidade, produtividade e capacidade de inovação, que se mantêm autonomamente e constituindo um ativo de uma rede; os empregos repetitivos e genéricos tendem a ser substituídos por máquinas ou por pessoal menos qualificados, em pontos distintos do globo. Ressalta que há um paradoxo entre a autonomia e independência dos trabalhadores que para serem mantidos pelas organizações, em razão da sua alta produtividade, requerem uma perspectiva de estabilidade nas relações.

Patricio Dugnani (2018, p. 8), ressalta que a pressão dos meios digitais impõe o surgimento de um processo paradoxal de globalização: se na essência o fenômeno é liberalizante das restrições fronteiriças, geográficas e favorece a integração mundial, em contramão se vê surgir movimentos em sentido inverso, protecionistas, por vezes xenófobos, e que buscam fechar o livre trânsito de pessoas, mercadorias e informações.

1.2.3.1 Enfraquecimento do Estado

No bojo dos benefícios trazidos pela globalização, que integrou os mercados de bens e serviços, aproximou e imprimiu velocidade às relações mundiais, ela “provocou também a internacionalização de problemas, que, por sua vez, causou a transferência de questões políticas

internas de cada país para serem enfrentadas por organizações internacionais” (BIZAWU, RODRIGUES, 2017, p. 245).

José Eduardo Faria (1996, p. 135) chama a atenção que a conexão dos mercados financeiros e a “interpenetração das estruturas empresariais” vão “condicionando a capacidade de coordenação econômica e articulação política” dos Estados nacionais, na medida que a globalização impõe estratégias de “desregulação, deslegalização e desconstitucionalização” com vistas ao impulso do livre comércio e a liberação dos agentes produtivos. As contínuas transformações tecnológicas dos países mais desenvolvidos deslocaram o eixo do comércio internacional a partir dos anos 90, do controle das matérias primas para o dos “novos processos e escalas mundiais de produção”. O autor aponta esta nova conjuntura transferiu e concentrou em poucos e grandes conglomerados transnacionais o conhecimento, o manejo de recursos produtivos e financeiros, enfraquecendo o “trinômio Estado-nação-indústria” dos países, em especial os latino-americanos. Como consequência, verificou-se que por causa desse enfraquecimento (p. 141-142):

(a) os Estados nacionais têm comprometida sua capacidade de coordenação macroeconômica,

(b) perdem as condições materiais de estabelecer critérios políticos e dispositivos jurídicos aptos a permitir a superação da rigidez da lógica econômica na busca do bem-estar coletivo,

(c) revelam-se incapazes de impedir a transferência de parte de seu poder decisório para as áreas de influência do capital privado e dos grandes conglomerados empresariais,

(d) enfrentam dificuldades para assegurar a eficácia de seus instrumentos de política industrial baseados na imposição de restrições aos fluxos de capitais e mercadorias e, por fim,

(e) dispõem de poucas condições políticas e financeiras para administrar o custo social da transformação das relações entre o capital e o trabalho provocada pela substituição do antigo paradigma "fordista" pelo novo paradigma da "especialização flexível da produção"

Faria (1996, p. 142) destaca que a descentralização, desterritorialização e transnacionalização do processo decisório, concentrados nos grandes grupos empresariais multinacionais, impõe limites regulatórios rigorosos aos Estados nacionais, pelo poder de influência macroeconômica que ensejam. O espaço de autonomia do poder público fica cada vez mais reduzido à medida que se aumenta a capacidade de impor sistemas autorregulatórios pelos grupos empresariais. Neste toar, os direitos sociais em países latino-americanos têm sido subtraídos e levado que suas populações sofram de forma crescente, da pobreza absoluta, do desemprego e da redução salarial (p. 143-144).

Castells (2006, p. 26) identifica o surgimento de uma nova forma de Estado em substituição aos estados-nação da era industrial, que passa a integrar a uma “governança global”, mesmo não havendo um governo global, que, em sua opinião, não será constituído em

um futuro próximo. Este novo Estado em rede possui uma “governança” em rede e “instituições políticas que partilham a soberania em vários graus, que se reconfigura a si própria numa geometria geopolítica variável”.

1.2.3.2 *Desestruturação do mercado de trabalho e das organizações sindicais*

Outro impacto da globalização apontado por Faria (1996, 133) é o antagonismo entre os movimentos que impulsionam a “integração econômica, alimentado pelos interesses políticos, comerciais e econômico-financeiros dos oligopólios, dos grandes bancos e de alguns poucos governos nacionais” e aqueles que fragmentam os aspectos socioculturais e proteções trabalhistas das sociedades.

As organizações sindicais sofrem com a dificuldade de se postarem neste novo mundo. Com os postos de trabalhos voltados para empregados “autoprogramados”, concebidos por Castells (2006, p. 22), ou para trabalhadores de baixa qualificação, com menores rendimentos e disponíveis por todo o globo, e diante de fortes perspectivas de automação e substituição por equipamentos autômatos, os sindicatos se tornam focos de resistência às mudanças tecnológicas e econômicas ou se adaptam à nova realidade.

A globalização firmou um movimento conhecido por “*jobless growth*” em que o crescimento econômico não é acompanhado pela correspondente ampliação do mercado de trabalho. Em decorrência, houve a “heterogeneização das relações salariais” em que aprofundou as disparidades entre as classes sociais, isolando os menos qualificados, esvaziando e enfraquecendo os movimentos operários e sindicais e segmentando extremamente o mercado de trabalho. Por consequência, há uma ameaça ao esvaecimento do conceito de “justiça”, dos padrões morais e da própria democracia da consciência coletiva e como valores fundamentais (FARIA, 1996, p. 137-138).

O ideário neoliberal, que caminha concomitante com a globalização, apregoa o estado mínimo, a redução regulatória, “incentiva o empreendedorismo” e transfere ao trabalhador a responsabilidade única pelo próprio sucesso e fracasso. O individualismo enaltecido, desagregou os movimentos de classe e associativismos laborais. “Nos últimos anos, a globalização tem significado, para muitas pessoas ao redor do mundo, uma perda de vínculos e garantias”, tornando o mercado de trabalho “mais instável, as carreiras estáveis são substituídas por trabalhos temporários, os próprios relacionamentos entre as pessoas se modificam na modernidade líquida de Bauman” (PETROLA, 2019, p. 96). Neste sentido, Fredric Jameson (1984) traz a perspectiva paradoxal da globalização, que se mostra como catástrofe e progresso, e geradora de mundos distintos que oscilam entre a desintegração do social e outro das

sociedades de abundância, potencializados pela tecnologia (CÁDIMA, 2017).

1.2.3.3 *Formação da Sociedade de Riscos*

O processo de intensa, rápida e volumosa troca de informações modifica a consciência humana. “Quanto maior a quantidade de informações, e quanto mais rápida for a troca dessas informações, maiores e mais rápidas serão as mudanças. Quanto mais rápidas essas mudanças forem, mais instáveis serão as certezas e, com isso, maior a sensação de incerteza perante tantos modelos e conceitos novos que surgem constantemente”. Diante de tantas e tamanhas perspectivas de mudanças, surge um sujeito da incerteza (DUGNANI, 2018, p. 3).

Segundo Ulrich Beck (2007) a modernidade vive numa era de risco global que choca a humanidade, cuja experiência se caracteriza por “um evento de confrontação abrupto e totalmente consciente com o outro aparentemente excluído” (p. 6-7). Explicando o pensamento de Hannah Arendt, o autor afirma que o choque existencial criado pelo perigo possibilita, mesmo que de forma não intencional, a perspectiva de um novo começo, quando aflora a ambivalência fundamental dos riscos globais, em que se torna possível novos recomeços. Quando se confronta com a possibilidade de ampla reinicialização da realidade, todas as alternativas se tornam factíveis, pois a expectativa do inesperado enseja que aquilo que era evidente deixe de sê-lo. **O enfrentamento do perigo e da insegurança persistentes, permite que os seres humanos encontrem e construam “suas próprias explicações e justificativas para os desastres que os ameaçam”** (BECK, 2007, p. 7 e 12, grifos nossos). Yves Pepermans (2017) observa que “uma epistemologia politizada” não nega a existência da realidade ou dados científicos confiáveis, mas argumenta que “há sempre e inevitavelmente uma lacuna entre essa realidade e as representações dela (preenchida pela fantasia, ideologia, discursos de poder, etc.) (KUNELIUS, 2012, p. 43)” e conclui, citando Mommers (2015), que “a verdade sobre o aquecimento global não pode ser encontrada entre as posições dos alarmistas e céticos”.

O risco, de acordo com Beck (2007), ao se tornar uma vivência onipresente, possibilita três reações possíveis: a negação, profundamente incrustada na cultura moderna; a apatia, que “se assemelha ao niilismo pós-moderno”; e a transformação, que “é o momento cosmopolita da sociedade global de risco”. Em análise da questão das mudanças climáticas, o estudioso afirma que “quem acredita no desconhecido (como o governo dos EUA¹¹) aumenta o perigo de catástrofe climática” e que “quanto mais a existência da sociedade global de risco é negada, mais fácil ela pode se tornar realidade”, pois a “ignorância da globalização do risco aumenta a

¹¹ Refere-se à gestão Trump

globalização do risco”. Exemplificando, em caso bem apropriado e com íntima semelhança com a atual realidade da pandemia do coronavírus, afirma que no caso da gripe aviária, “a ignorância acelera a globalização do perigo da infecção” (BECK, 2007, p. 7, tradução livre).

Beck propicia uma distinção: “risco não significa catástrofe. Risco significa antecipação de catástrofe”, que é constituído sempre de eventos ameaçadores, porém etéreos, pois não são palpáveis e não podem ser visualizados (2007, p. 10, tradução livre). Os riscos climáticos globais são também chamados de “amplo risco”, vez que contêm intrinsecamente a noção de “perigo” e alerta para a “emergência de futuros eventos danosos ao homem” (BRÜSEKE, 2007, p. 73). Em uma sociedade avançada em que as pessoas se sentem seguras, em que a “destruição e desastres são previstos”, **diante de riscos futuros e não iminentes, então cria-se “uma apreensão para agir”**. Beck aponta a existência de uma ironia na ilusória e inatingível “promessa de segurança de cientistas, empresas e governos, o que contribui para o aumento dos riscos de forma intensa”. Portanto, a medida em que os agentes sociais dominantes buscam a manutenção do *status quo* e procuram se desfazer das ameaças para preservá-lo, potencializam ainda mais os riscos (2007, p. 10, tradução livre, grifos nossos).

O risco é um “fenômeno socialmente construído, no qual algumas pessoas têm maior capacidade” de defini-lo do que outras e “apenas aqueles com capacidade real para definir os próprios riscos” se beneficiam de sua reflexividade. Ulrich Beck define que o **“risco é basicamente um jogo de poder” em que “os governos ocidentais ou os atores econômicos mais poderosos definem riscos para outros”**. A busca por uma segurança institucionalizada diante de incertezas intransponíveis, fabricadas ou não, a sociedade requer a todo custo encontrar o controle, a certeza e a quem confiar. Por ironia, este ambiente de riscos globais conhecidos e desconhecidos invalida os sistemas regulatórios nacionais e internacionais e desencadeia conflitos em larga escala “sobre a definição e construção de normas e responsabilidades políticas com o objetivo de prevenir o pior”. Os custos políticos de prevenção de perigos incertos e de reação a catástrofes ocorridos são desafiadores, que diante das promessas de segurança que não podem ser cumpridas e as pressões midiáticas, “faminta por desastres” conduzem os governos a navegar entre a racionalidade e a histeria frente ao desconhecido (BECK, 2007, p. 11, 14 e 15, tradução livre, grifos nossos). **O conflito inerente à ação de contingência é latente, pois a um só tempo ela se refere a uma necessidade, pois se nada for feito não se mitiga o risco, e à possibilidade, de que nada aconteça, criando uma ambiguidade que dilacera as certezas da sociedade** (BRÜSEKE, 2007).

As instituições-chave da sociedade, como os governantes, a mídia, o empresariado, a lei ou os militares, são incapazes de definir precisamente e controlar os riscos globais, o que leva

os indivíduos a se alienarem dos sistemas especializados e a confiar em suas próprias concepções e culturas. Surge desta situação o choque de crenças a agregação de grupos antagônicos em “religiões de risco” (BECK, 2007). Notadamente nos dilemas ambientais, as convicções dos riscos demonstrados na Europa e nos Estados Unidos diferem diametricamente. A “religião de risco” europeia acredita, fortemente, nos perigos das mudanças climáticas impostas pela humanidade, enquanto os “religiosos” americanos nas ameaças terroristas. Cada qual vê no outro uma manifestação de histeria nas crenças dos riscos eleitos. Beck registra que **“a mudança radical nos termos secularidade e religiosidade também é chocante. Parece que as culturas religiosas são caracterizadas por um "secularismo de risco". Quem acredita em Deus é um ateu de risco”**. Aponta também que **a consciência crescente da sociedade de que as instituições-chave da sociedade são ineficientes na diagnose e controle dos riscos globais, as torna “parte de um problema que deveriam supostamente resolver”** (2007, p. 17 a 19, tradução livre, grifos nossos).

O filósofo francês Bruno Latour exemplifica este distanciamento dos seguidores das religiões de risco:

Por exemplo, sobre as vacinas se diz: “Estas pessoas ficaram loucas, estão contra as vacinas.” Mas não é um problema cognitivo, de informação. Os que são contra não serão convencidos com um novo artigo na revista The Lancet. Essas pessoas dizem: “É este mundo contra este outro mundo, e tudo o que se diz no mundo de vocês é falso.”

(...)

Um fato deve estar instalado numa paisagem, sustentado pelos costumes de pensamento. São necessários instrumentos e instituições. As vacinas são o exemplo de um fato que precisa de uma vida pública. Se eu sair pela rua com uma seringa tentando vacinar as pessoas, serei considerado um criminoso. Se a vida pública é deteriorada por pessoas que consideram que – não importa o que você disser – este não é o mundo delas, os fatos não servem para nada. (BASSETS, 2019, p. 845-846)

Vê-se neste ponto, que a sociedade de risco de Beck, envolta em ameaças e inseguranças permanentes, com o sentimento latente de perigo, sem respaldo concreto e certo de qualquer instituição-chave, se permite refazer dos conceitos e põe em cheque as regulações e construções institucionais nacionais e internacionais existentes, polarizando-se em “religiões de risco” que antagonizam-se em crenças próprias e sustentadas por convicções que não são percebidas com legitimidade pelo grupo da religião contrária. Os riscos ambientais globais se situam exatamente neste caldeirão de pressões e ambivalências. Religiões de riscos profetizam desastres iminentes e são contrapostos por outras que os negam e veem com desconfiança e repulsa suas razões, digladiando-se entre si em manifestações cada vez mais ruidosas e politizadas (DEUTSCHE WELLE, 2019, FELÍCIO, [s.d.]). Nota-se claramente que o discurso do presidente americano Donald Trump e do brasileiro Jair Bolsonaro, endereçam aos religiosos

de riscos negacionistas ao aquecimento global por ação humana, à cientificidade das posições sanitárias e contrários às iniciativas multilaterais, se colocando acima do *establishment*, em uma postura de denunciante que ataca os cientistas, rompendo com tratados e regulações nacionais e internacionais (CASTELLS, 2018).

Bizawu e Rodrigues (2017), referenciando-se aos ensinamentos de Beck, destacam que o “conceito de sociedade de risco se cruza, diretamente, com o de globalização: os riscos são democráticos, afetando nações e classes sociais, sem respeitar fronteiras de nenhum tipo”. Apontam ainda, que estes processos são ambíguos, pois apesar dos ganhos notáveis da globalização, coexistem com “maior pobreza em massa, crescimento de nacionalismo, fundamentalismos religiosos, crises econômicas, possíveis guerras e catástrofes ecológicas e tecnológicas, e espaços no planeta onde há maior riqueza, tecnificação rápida e alta segurança no emprego”. (p. 243)

A nova era de incerteza, característica da pós-modernidade, gera, segundo Dugnani (2018), a necessidade de introdução de novas “metanarrativas”, que conceitua como “discursos que influenciam a consciência de uma sociedade – família, moral, lei, política, religião, etc.”, consubstanciadas “em novas leis, novas ciências, que vagueiam incertas nos jogos de linguagens” (p. 9-10). Como consequência das incertezas, o autor aponta a afetação à identidade cultural e a “dissolução do sujeito social”, caracterizado por Bauman (2008) como “liquidez da sociedade pós-moderna”. Imputa que os meios de comunicações digitais, que dão suporte à globalização atual, pressionam pela “mistura e homogeneização de culturas mundiais” e são responsáveis pela profusão de novas informações, ideias e conceitos que modificam, incessantemente, a “consciência de mundo e seu comportamento, modifica seus valores e sua cultura”. Alerta, também, que a contraposição os movimentos globalizantes e as “políticas restritivas e desglobalizantes” potencializará a sensação de incerteza, mesmo diante da iniciativa de alguns grupos políticos em conter, “maneira artificial e burocrática, a liquidez da pós-modernidade e seu alto potencial de adaptação” (p. 10). A exposição às teorias conspiratórias relacionadas ao clima cria uma sensação de impotência, resultando no desengajamento da política e na redução da probabilidade de as pessoas fazerem pequenas mudanças que reduziriam sua camada de carbono (WARDLE, DERAKHSHAN, 2017).

De maneira didática, Dugnani (2018) elenca alguns efeitos produzidos pelos fenômenos da globalização, que mistura culturas a partir de novas possibilidades advindas da comunicação digital (p. 11):

- 1) Formação de identidades menos centralizadas, mais fragmentadas e com alto

- potencial de adaptação, de acordo com Hall (2006);
- 2) As instituições, os discursos formadores do social (metanarrativas), as relações e a moral se tornam mais líquidas, de acordo com Bauman (2008);
 - 3) Essa liquidez e incerteza levou a um nomadismo, tanto físico (deslocamento físico de indivíduos no espaço) como um nomadismo ideológico (ideais que se modificam com rapidez);
 - 4) Os indivíduos estão mais hedonistas, e observa-se uma supervalorização da aparência em detrimento da essência;
 - 5) O sujeito desse período demonstra uma grande autonomia, porém, o individualismo se torna crescente;
 - 6) A sensação de incerteza é crescente, devido, também, à velocidade de trocas de informação dos meios digitais de comunicação.

1.2.4 Antiglobalização e Desglobalização

Após a crise financeira e bancária americana da “bolha imobiliária” de 2008, que se propagou e teve reflexos mundiais, ocorreram diversas manifestações violentas sob bandeiras do “nacionalismo, xenofobia e fundamentalismo religioso, na Europa, na Ásia e na África”, e que pugnavam também a “degradação das condições de vida das populações dos países tidos como “em desenvolvimento”, especialmente os da endividada América Latina” (FARIA, 1996, p. 134). Estes movimentos, em especial o “*Occupy Wall Street*”, o Brexit, (saída do Reino Unido da União Europeia) e a eleição do presidente americano Donald Trump, caracterizaram uma busca por uma nova ordem mundial, a que se atribuiu o nome de desglobalização (NEDEFF, 2019). No entender de Amorim Neto (2017, p. 13), este termo em si não espelha necessariamente a realidade, talvez um movimento antiglobalização ou de estagnação da globalização, não comparável ao período de 1914 e 1945, em que a desglobalização, efetivamente ocorreu. Já Patricio Dugnani (2018, p. 4) argumenta que utiliza o termo “globalização”, para “identificar algumas tendências e ideias que estão povoando o imaginário de alguns grupos humanos, além de atitudes que estão sendo tomadas por instituições, ou enunciadas em discursos por representantes políticos de algumas nações”. Evidencia a percepção de vertentes desglobalizantes no “crescente sentimento de xenofobia nos países europeus, ou na limitação das fronteiras ideológicas do Estado Islâmico” que, em seu entender, são sintomas da “desconfiança das estratégias globalizantes do mercado”.

Neste contexto, e em especial no caso americano, várias iniciativas contrárias à multilateralidade, cooperação e abertura comercial internacional foram perpetradas a partir da liderança de Trump. Beatriz Araújo Nedeff (2019) ressalta que o presidente americano “rompe uma tradição histórica, em que a maior economia do mundo é também a voz mais potente na defesa do livre comércio”. Relembra que “não houve sequer um presidente americano, de Harry Truman (1945-1953) a Barack Obama (2009-2017), que não tenha defendido a abertura comercial”. Trump desenvolve diversas iniciativas protecionistas e isolacionistas, que o leva a

iniciar uma guerra comercial entre os EUA e a China, com a imposição de políticas alfandegárias restritivas, punitivas e com “retaliações mútuas e crescentes” e se afastar da cooperação internacional em questões econômicas, sociais, políticas e ambientais (BIZAWU, RODRIGUES, 2017).

Octavio Amorim Neto (2017, p. 13) acompanha o período pós crise de 2008 e constata que houve uma retração tanto das finanças globais quanto do número de países livres e democráticos (em 2008, 46,1% dos países eram livres e 21,8% dos países eram não livres; em 2016, o número de países livres desceu para 44,6% e o de não livres aumentou para 25,1%). O Brexit e a eleição de Trump foram consideradas marcos de reversão às expectativas de “marcha irrevogável da globalização”, na medida que foram desencadeados justamente nos dois países líderes e patrocinadores deste movimento. Acredita o autor que a estagnação da globalização se deve à retração econômica pós crise de 2008, o aumento da desigualdade econômica, a deterioração da classe operária dos países desenvolvidos, da mudança dos empregos industriais para a China, da destruição de postos de trabalho pela “digitalização e robotização das economias”. Cita as palavras do sociólogo português José Pedro Zúquete (SOARES, 2017) (grifos nossos):

Num contexto em que a chamada **Direita se afastou da ‘nação’ ([em favor] dos mercados)** e a **Esquerda se afastou do ‘povo’** (cada vez mais o seu novo proletariado são os imigrantes, e as suas causas são cada vez mais as causas ‘fraturantes’ e dos direitos individuais) é de estranhar que as classes populares não se sintam representadas e abandonem, também elas, os seus antigos defensores

Para muitos, como Milton Santos (2007), “a globalização é uma farsa, uma fábula”, “pois apenas globaliza as perversidades como doenças, pobreza e miséria”, desejável, entretanto, que fosse “mais justa, “engajada”, onde os interesses do capital internacional não se sobreponham sobre os interesses sociais das populações, onde as culturas não sejam impostas, artificialmente, e se possa ter uma mistura de culturas mais equilibrada e justa” (DUGNANI, 2018, p. 13). Apesar de todas estas mazelas advindas da globalização, Patricio Dugnani acredita que o movimento da desglobalização é contraproducente, pois não seria pelas políticas protecionistas e desglobalizantes que se irá acalantar a população mundial e, que, pelo contrário, “deverá ampliar as tensões entre essas populações, reforçando as incertezas, e diminuindo a possibilidade das trocas de informação, dificultando o diálogo, entre as culturas, o que pode levar à ampliação da incompreensão, da xenofobia, e da intolerância” (DUGNANI, 2018, p. 13).

Acerca da posição negacionista do presidente americano, o ex-embaixador Marcos Azambuja (2020) manifestou, em artigo, que os Estados Unidos, no período da gestão Trump,

“promoveram a desconstrução da ordem internacional que eles próprios, com algumas interrupções e hesitações, vinham desenhando desde o fim da Primeira Guerra Mundial, em 1918”. Relaciona como sinais deste movimento do presidente americano, o enfraquecimento do Tratado do Atlântico norte, “sua principal aliança militar e política com os países da região”; revisaram o apoio dos EUA ao sistema das Nações Unidas, criado pelo esforço americano em São Francisco e Bretton Woods; desfilaram-se da Unesco, do Conselho dos Direitos Humanos e, mais recentemente, da OMS, entidades ligadas à ONU; romperam com o Acordo de Paris sobre a causa climática e ambiental; dentre tantas outras. Conclui que “é difícil encontrar nos anais e em tempos de paz um processo de demolição tão abrangente” e afirma que

São inúmeros, no correr dos séculos, os períodos de sinalização incerta e ambígua, mas uma coisa é praticamente certa: os anos de 2017 a 2020 não estarão nessa lista. Poucas vezes um momento histórico indicou, de maneira tão clara, sua intenção de ser lembrado como uma daquelas encruzilhadas em que as coisas deixam de ser o que eram e uma nova realidade aparece com todas as suas promessas e desafios. No caso, e pelo que se vê até agora, com mais desafios do que promessas (grifos nossos).

Este ambiente internacional conflitante e polarizado, decorrente dos efeitos deletérios da sociedade de riscos globais (BECK, 2007), é particularmente nocivo às causas que demandam consenso e união universal de esforços e recursos. Como exemplo, pode-se citar o Acordo de Paris, concebido a partir da adesão espontânea e heterogênea dos países, com metas voluntárias próprias e adequadas à cada nação, num esforço de entendimento extenuado e de articulação do possível realizável, pode ser minado por decisões políticas polarizadas que implicam no desfazimento de elos importantes desta cadeia de cooperação ambiental construída às duras penas e por longo tempo.

1.3 MUDANÇAS SOCIAIS - A TRANSFORMAÇÃO TECNOLÓGICA DA SOCIEDADE

Conhecendo do histórico, das características, composição de seus elementos e movimentos globais que definem e contextualizam as *fake news*, é importante ambientá-las em movimentos sociais em que são inseridos, pois deles advêm a fertilidade do terreno, para a ampliação ou não, e propulsão do fenômeno das desinformações.

Este ponto buscará avaliar as modificações da sociedade, causadas pela aplicação de novas tecnologias digitais. Há uma necessidade de evidenciar a desconstrução dos canais profissionais de produção de informação. A imprensa oligopolizada mundial é confrontada pela produção pulverizada e massificada de notícias e conteúdo. O celular deu aos indivíduos o ferramental para gerar notícias, por meio de vídeos, textos e imagens que sobrepõem e rivalizam aos canais profissionais de geração de informações.

Serão analisados os impactos sociais de tecnologias específicas que contribuem para o

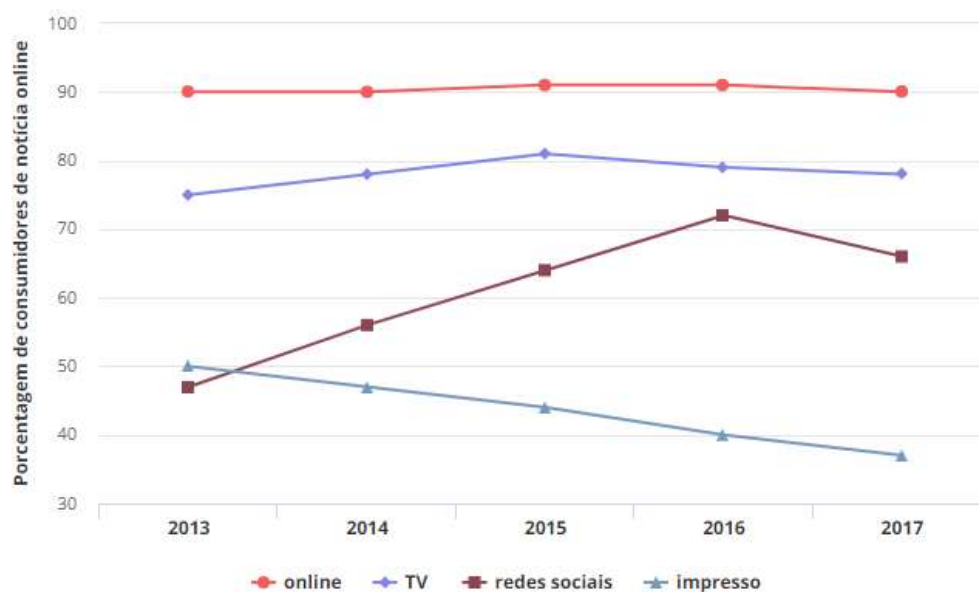
fenômeno das *fake news*. O empoderamento do indivíduo pela tecnologia, mudou a sua forma de consumir, absorver e produzir informações. As plataformas tecnológicas de buscas, redes sociais e de marketing induzem e produzem novas maneiras de se manter as relações interpessoais e sociais. Estabelecem grupos em que os modelos de sua coesão, formação e manutenção, estão baseados na agregação virtual massificada impulsionada pelo conhecimento autômato e individualizado de perfis, interesses e afinidades desenvolvidos pelas plataformas tecnológicas. Aspectos, sob muitos ângulos, antagônicos, como impessoalidade das relações, aglutinação de grupos por semelhanças de ideais, posturas e pensamentos, personalização das comunicações e fornecimento de informações, que produzem novos agentes e arranjos sociais. A rapidez da propagação da informação e o alcance das comunicações ditam o impacto de sua exposição. Serão evidenciadas as consequências reais das *fake news*. Reputações, projetos, investimentos, empreendimentos e diversas formas de ativos reais e imateriais são passíveis de serem reduzidas a pó, por meio da propagação de inverdades.

1.3.1 Descrédenciamento da imprensa e mutação das fake news

A oposição ao oligopólio na produção de conteúdo noticioso se manifestou, no Brasil, na década de 1970 por meio do jornalismo alternativo, difundido por jornais e revistas ligados a movimentos sociais de esquerda, de “contestação política e contracultural” da globalização e o neoliberalismo (PETROLA, 2019, p. 66). Movidos por maior liberdade editorial, muitos jornalistas passaram, mais adiante, a migrar para a utilização de blogs pessoais. O conjunto de novas formas de produção e veiculação de informações tornou os limites, entre o jornalismo tradicional, alternativo, humor, entretenimento, ativismo, ficção e outras manifestações, crescentemente embaralhado (p. 88).

A convergência digital, impulsionada pela facilidade de acesso aos meios de produção, armazenamento e comunicação de informações, empoderou o indivíduo e deu-lhe condições de contar sua própria história e divulgar sua versão particular dos fatos que o cerca, fazendo sua voz e olhar serem amplificados universalmente. O alcance de suas opiniões pode atingir todos os recantos da Terra. Inverteu-se a ordem da comunicação de massa. As notícias romperam os oligopólios de produção de conteúdo, concentrado em poucos conglomerados de comunicação, para uma capilarização universal, que possibilita que as informações se esvaíam por inúmeros microcanais de comunicação com poderes de amplificarem suas visões, narrativas e opiniões para a massa onipresente de internautas. Criou-se uma nova ordem de comunicação em adição à existente: de uma estrutura tradicional de poucos emissores para “n” interlocutores, passou-se para a difusão da massa para a massa. Para o bem e/ou para o mal, alterou-se o eixo de equilíbrio de poder da sociedade.

As plataformas se tornaram as mediadoras de acesso à Internet. As pessoas não mais se conectam à world wide web de forma direta, senão pelos aplicativos e plataformas como Facebook, Twitter, Youtube, Instagram ou WhatsApp, mesmo para acessar notícias de imprensa, informações institucionais e pessoais. O consumo, a forma e a disposição da informação se modificaram, sendo marcada pela velocidade, instantaneidade e fragmentação (ROMANINI, MIELLI, 2019, p. 43). Os canais de produção de informação tradicionais estão em franca competição com a nova ordem digital. As plataformas de redes sociais e mensageria digital estão colocando em declínio a forma impressa secular de circulação de informações, como se vê no estudo de Digital News Report produzido pela Reuters Institute e Universidade de Oxford (REUTERS INSTITUTE FOR THE STUDY OF JOURNALISM, 2017), que ouviu mais de 70 mil consumidores de notícia online de 36 países, onde no Brasil, estas novas formas assumem um protagonismo inédito.



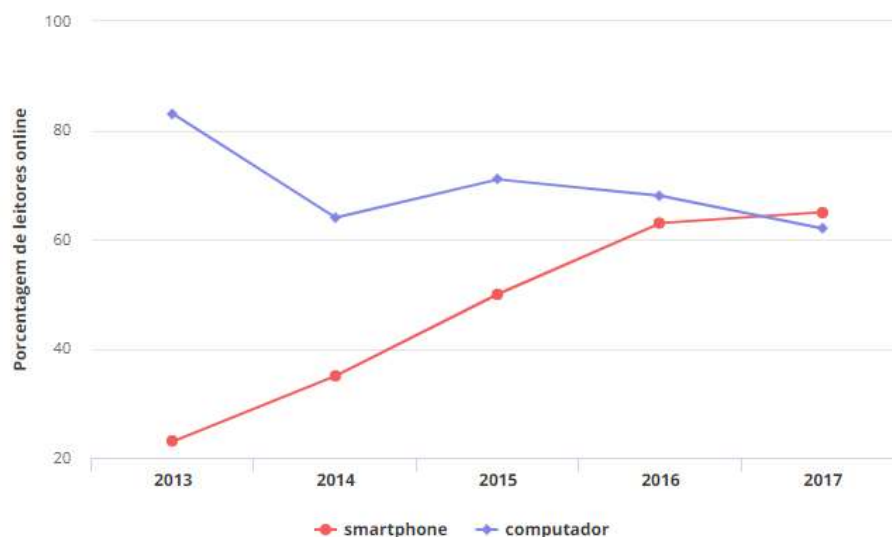
Fonte: Digital News Report/Reuters Institute e Universidade de Oxford

O estudo também mostra que, no Brasil, o uso de redes sociais para encontrar notícias atinge 66% dos leitores online em 2017, o que sinaliza um recuo de seis pontos percentuais em relação a 2016. Nesse segmento, o Facebook é o expoente, tanto que 57% dos entrevistados o usam para esse propósito. Só que esse índice é de 12 pontos percentuais menor que o registrado no ano passado. Enquanto isso, o estudo indicou que os apps de bate-papo crescem como fonte de informação. Em todo o mundo, 23% dos consumidores de notícias dizem achar, compartilhar ou discutir notícias por meio desses programas. Entre os vários serviços, o que se destaca é o WhatsApp. Em alguns locais, como o Brasil, esse

movimento é mais forte, já que 46% dos entrevistados disseram consumir notícias por esse app –na Malásia, esse índice chega a 51%. Entre os brasileiros, o índice de leitores que tomam contato com uma informação pelo WhatsApp saltou sete pontos percentuais. Apesar de ter ampliado seu papel como difusor de notícias, o serviço ainda patina em grandes mercados, como o dos Estados Unidos, onde apenas 3% dizem ter acesso a notícias por ele.

Apesar dos altos números encontrados, a perda na preferência do Facebook para os aplicativos de mensagens, pode ter relação com as mudanças realizadas pelo Facebook em sua forma de organizar as publicações. “Isso pode ser apenas um sinal de saturação do mercado ou estar relacionado com as alterações nos algoritmos feitas pelo Facebook em 2016, que priorizou a comunicação de amigos e familiares sobre o conteúdo profissional de notícias.” De acordo com os pesquisadores, o crescimento no uso dos apps de mensagens para notícias ocorre principalmente, na Ásia e na América Latina. São dois os fatores propulsores: privacidade, gratuidade e sigilo da conversa. “Mensagens privadas e fechadas permitem que usuários compartilhem sem medo ou vergonha – compartilham significativamente mais fotos do que em redes abertas como o Facebook”, afirmam. “Muitos desses apps também oferecem criptografia, que é particularmente relevante para a comunicação em mercados onde pode ser perigoso compartilhar informações políticas sensíveis.” Para esses casos, citam Hong Kong e Turquia (G1, 2017).

Outro dado demonstra a evolução dos dispositivos móveis, como protagonistas de acesso às notícias em meio digital, suplantando os computadores, principalmente em locais como o Brasil:



Fonte: Digital News Report/Reuters Institute e Universidade de Oxford

A grande mídia, acuada pelo impacto das plataformas de redes sociais, por sua vez cede

à necessidade de produzir notícias que alavanquem sua popularidade e audiência, divulgando fatos precariamente comprovados como das reportagens imprecisas do New York Times sobre as armas de destruição em massa do Iraque, da cobertura dos e-mails vazados de Hillary Clinton (agora conhecidos por serem executados por hackers russos), ou da amplificação quase diária dos tweets de Trump (alguns incluindo informações de sites de conspiração). Os vieses políticos e motivações econômicas acabam por engolfar a imprensa tradicional em um pântano do descrédito. O pleno conhecimento detalhado e a sua utilização para induzir e manipular vontades, as plataformas digitais acabam por erodir ainda mais a confiança do público nas organizações de notícias, inibindo que a difusão de fatos criticamente importantes. Esta quebra de fluxo e confiança nas notícias produzidas profissionalmente, degenera o papel da imprensa como salvaguarda democrática contra a corrupção, ao engano e interesses especiais e escusos (ALBRIGHT, 2017).

Diante deste cenário, onde a indústria noticiosa profissional perde a atenção do público em geral, diversos canais diretos de comunicação são criados por meio das plataformas de redes sociais para endereçar o público específico. O descrédito promovido pelas ferramentas de pesquisa e mídias sociais nas organizações de notícias, reforça os mecanismos de comunicação das próprias plataformas tecnológicas. A imprensa para se manter ativa é forçosamente levada a aderir o *modus operandi* desta nova realidade imposta, por estas tecnologias, retirando-se do papel de protagonista da narrativa precisa de informações (ALBRIGHT, 2017).

Em pesquisa conduzida dentre jovens brasileiros e portugueses, Doretto (PAGANOTTI, SAKAMOTO, RATIER, 2019) verificou uma “uma considerável desconfiança por parte desse público em relação ao jornalismo tradicional e os veículos da grande mídia, que tem perdido espaço para conteúdos compartilhados em redes sociais” (p. 59). Identifica que os jovens pesquisados não qualificaram a imprensa tradicional como fontes jornalísticas, mas essencialmente aquelas encontradas na Internet, que parecem verdadeiras, mas sem qualquer rigor de conteúdo. O WhatsApp divulgou que possui 120 milhões de usuários brasileiros no aplicativo (RISSO, 2019, p. 76). Grande número destes, pertencem às classes C, D e E, que utilizam gratuitamente o WhatsApp em planos restrito de dados ofertados pelas operadoras, que, impedidos de acessar a Internet pelos links ou explorar a rede, em busca pela veracidade e aprofundamento das informações, tomam as notícias veiculadas, no aplicativo como única fonte de consulta.

O surgimento das *fake news* no formato atual está intimamente ligado às plataformas de mídias sociais e o descrédito contínuo nos mecanismos tradicionais de produção de notícias e conteúdo. As plataformas de redes sociais contribuem para a ocorrência deste fenômeno, na

medida em que impõem “caixas pretas” formadas por tecnologias proprietárias, utilizam de “filtragem opaca”, classificação e algoritmos de recomendação, para mediar o acesso à informação nas comunicações de massa e individuais, além de controlar as entregas de conteúdo e as interações dos usuários. A manipulação exercida por estas plataformas tecnológicas, interrompem a camada de credibilidade organizacional e a confiança na reputação estabelecida no processo de reportagem profissional.

Segundo Paganotti, Sakamoto e Ratier (2019) as *fake news* que inicialmente (entre os anos de 2016 e 2017) mimetizavam o estilo jornalístico de produzir a notícia, após uma campanha efetiva para descrédito da imprensa capitaneada por agentes políticos dominados por interesses ideológicos e populistas, passaram a adotar, a partir de 2018, uma forma de narrativa espontânea, amadora, de produção simples, para simular autenticidade, transparecer veracidade e enganar a audiência. Esta mudança de estratégia de comunicação foi apelidada como *astroturfing* (PAGANOTTI, SAKAMOTO, RATIER, 2019, p. 63)¹², simbolizando as “iniciativas políticas que tentam disfarçar sua coordenação institucional, se apresentando como autêntica mobilização de indivíduos comuns”. Esta constante evolução da forma de se apresentar, os autores qualificaram as *fake news* como “vírus mutante” (p. 63). Esta nova conformação de acesso à Internet por intermédio das plataformas, monitorada por algoritmos aflorou, segundo Frank Pasquale, os seguintes pontos negativos (ROMANINI, MIELLI, 2019, p. 49):

- 1) a priorização e destaque de conteúdos mais replicados empobrece a diversidade cultural e a pluralidade política;
- 2) a definição de relevância pelo número de visualizações e compartilhamentos fragiliza a veracidade e a qualidade da comunicação;
- 3) a submissão do discurso público aos algoritmos que operam pela lucratividade das plataformas online; e
- 4) a persuasão de eleitores mal informados a partir do mito da objetividade e neutralidade algorítmica.

Parte das novas desinformações se voltaram para “desmentir e desfazer reportagens publicadas nas mídias”, e executam justamente “um trabalho de descrédito da mídia de referência e apregoa o poder do usuário em buscar as fontes de informação com as quais se identifica e nas quais confia” (PAGANOTTI, SAKAMOTO, RATIER, 2019, p. 61). Petrola (2019, p. 91) destaca o bordão “isto a mídia não mostra” encabeçado pelas *fake news*, como forma de desmentir e desacreditar as notícias divulgadas pela imprensa tradicional, em

¹² “O termo foi criado a partir do nome da empresa norte-americana Astroturf, que produz grama sintética, porque nos EUA, valorizam-se movimentos coordenados por cidadãos sem apoio institucional, caracterizados como iniciativas “de raiz” – em inglês, grass roots, ou seja, como raízes de gramíneas – que estariam sendo simulados sinteticamente como a grama da empresa que batiza esse fenômeno”.

simulação do descortino da verdade, supostamente, ocultada por interesses escusos. Ruiz (2019) aponta ainda a resistência à correção que muitos leitores de *fake news* têm, se amoldando a teoria da “cognição preguiçosa”, do prêmio Nobel Daniel Kahneman, que descreve a “postura consciente” de “ignorar fatos, dados e eventos que obriguem o cérebro a um esforço adicional (...) Em resumo, é a preguiça de pensar” (p. 212).

Neste movimento de descrédito da imprensa tradicional, soma-se líderes populistas de direita que, sob o manto do nacionalismo e “defesa de valores tradicionais ligados à moral e à religião”, segundo Cunha (PETROLA, 2019, p. 94), procuram se comunicar diretamente com o povo por meio das plataformas digitais, sem intermediação ou crivo crítico jornalístico, que embasa a democracia plena. Petrola (2019, p. 98) chega a apontar que os fascistas de hoje, não mais almejam controlar totalmente a imprensa, como no início do século XX, mas descobriram que bastam “atacar a imprensa na tentativa de torná-la irrelevante, como formadora de opinião pública, abastecendo o eleitor diretamente com uma enxurrada de notícias falsas que polui o fluxo de informações dos fatos e lança dúvidas sobre a verdade”. O problema das *fake news* está, intimamente, ligado à mudança do mercado de comunicação e à polarização ideológica no bojo de movimentos desglobalizantes (RUIZ, 2019). Em razão deste quadro, onde prevalece o foco nos “fatos” em detrimento da confiança de longo prazo, Albright (2017) acredita que os mecanismos de checagem das notícias publicadas não se sobreporão à difusão das *fake news*, e as organizações jornalistas serão ineficazes na sua prevenção.

A imprensa se encontra atacada por duas frentes: pela concorrência da Internet, enquanto nova mídia poderosa e popularizada, e pela crise de credibilidade, “não só pela maior concorrência de visões de mundo que se torna possível com as redes, mas também pela disseminação de ideários que a questionam enquanto instituição” (PETROLA, 2019, p. 101). Os próprios veículos de comunicação adotam postura ambígua, em relação às *fake news*, ora cobrando das autoridades constituídas uma posição a respeito, ora se opondo à ação e controle estatal do fluxo de informação, sob o argumento de cerceamento da liberdade de expressão (p. 102).

Em postura combativa, Romanini e Mielli (2019, p. 49) entendem que as *fake news* “se tornaram a doença contemporânea do jornalismo, usadas como vetor para um parasita cujo objetivo final é criar o dissenso e espalhar o discurso do ódio para que suas vítimas ajam moralmente cegadas, de forma irracional ou preconceituosa”. Vaticinam que o “seu antídoto parece não estar em formas de combate direta (como os fact checkers) ou indireta (leis rígidas e punitivas contra os produtores de *fake news*)”. Aliás, como bem lembrou Sérgio Branco (2017), o que se viu “no Brasil nos últimos três anos foi muito mais uma busca por ter razão e

por desqualificar o oponente do que pela informação”. (RUIZ, 2019, p. 187)

1.3.1.1 Plataformas Tecnológicas e a Imprensa Tradicional

A nova forma de difusão de comunicação, pelos canais e redes sociais da Internet, produziu um grande impacto nas formas de regulação da comunicação. Murray destaca que, na “era pré-digital”, a transmissão e mídias de massa se dava na ordem de um para “n”, a partir de um ponto central, cujo fluxo de informação era controlado por um pequeno grupo de indivíduos. Por consequência, a regulação destes meios era de fácil monitoração. Com a digitalização, houve uma mudança profunda da comunicação de massa, no ambiente social, tecnológico e legal regulatório. A Web 2.0 permitiu um “processo de convergência de mídia / comunicações que permite maior criatividade, comunicações, compartilhamento de informações, colaboração e funcionalidade da Web” (MURRAY, 2013, p. 109).

Constata-se uma mudança de poder das organizações de mídia centralizadas para o "jornalismo cidadão" descentralizado, havendo uma delegação e pulverização, por meio de blogs, mídia, sites de compartilhamento, sites de organização e ranking e sites de redes sociais, aos usuários da Internet. Há um movimento em curso, desde o final do século passado, da web 1.0 para a web 2.0 em que a “pessoa média” passa a possuir o poder de atingir enormes grupos, comparáveis àqueles acessíveis apenas aos magnatas da mídia, na era pré-digital, quanto a indivíduos globalmente, não apenas àqueles situados ao seu redor. Tais mudanças exigem que cidadãos passem a dever responsabilidades uns aos outros nesse novo ambiente, com evidente dificuldade para os reguladores possam garantir que a responsabilidade social seja cumprida. Outra questão vital que surge, é estabelecer são quais os valores regulatórios a serem aplicados, quando a abrangência da mídia digital global não conhece fronteiras e temas como discursos político, de ódio e comercial possuem divergências significativas, principalmente quanto aos limites da liberdade de expressão entre os EUA, solidamente atrelado ao princípio constitucional exarado da Primeira Emenda, e União Europeia, que se mostra mais restritiva, diante da valorização de outros valores (MURRAY, 2013, p. 109).

As plataformas de mídia social, surgidas com a Web 2.0 trouxeram a interatividade dinâmica e experiência socialmente conectada aos usuários da Internet. A regulação, até então centralizada, se encontra em grande desafio, em um ambiente que funciona descentralizado, sem um “moderador ou *gatekeeper*”, na maioria dos casos, em razão dos altos custos envolvidos. Grande parte daqueles sites que possuem moderação o fazem, de forma reativa e não proativa, num ambiente que permite o acesso e a ação de crianças e jovens. Murray relembra que os custos envolvidos com a distribuição de mídia tiveram uma redução, sem

precedentes, passando das torres de transmissão, na era pré-digital, substituído pelo PC e conexão da Internet, em 1995, e agora por insignificantes custos de acesso por celular de grande capacidade de processamento de vídeo. Os benefícios sentidos com os avanços, “redes sociais, facilidade de acesso e capacitação de indivíduos para distribuir conteúdo” vieram acompanhados de “efeitos negativos potencialmente prejudiciais”, como a profusão de discursos de ódio, bullying, pornografia, difamação ou violação de direitos autorais. A linha tênue entre a liberdade de expressão e a proteção individual e social nunca foi tão difícil de traçar (MURRAY, 2013, p. 113-114).

As plataformas digitais introduziram uma nova forma de financiamento dos acessos aos usuários, por intermédio da troca pela comercialização de espaços publicitários, firmados em termos de uso (ToU – terms of use), que “operam no espaço privado, onde imperam a complexidade e obscuridade, que tornam qualquer consentimento significativo do usuário, em grande parte ilusório” (BROWN, MARSDEN, 2013, p. 120). A questão mais debatida é a comercialização das ações de marketing, em função dos dados personalíssimos dos usuários e o direcionamento do usuário por caminhos digitais, dentro das plataformas, em que não tem pleno conhecimento. De mesma esteira, surgem questionamentos, como o de Edwards (BROWN, MARSDEN, 2013, p. 121) que levantou a importante questão prática de reversão: “os usuários podem garantir o retorno de suas informações, e sua exclusão pelo Sistema de Redes Sociais (SNS) e terceirizados, no caso de um acordo contratual com o SNS terminar sem falha em nenhum dos lados?”

As principais redes sociais, apesar de preservarem a verdadeira identidade de seus usuários, previstas em seus ToU, estão sendo pressionadas a controlá-las, por motivos de segurança, como também pelas oportunidades comerciais de anunciantes, em melhor conhecer os seus usuários, e “saberem o sexo, a preferência sexual, as preferências culturais e a idade dos usuários, a fim de segmentar a publicidade com mais êxito” (BROWN, MARSDEN, 2013, p. 121). Neste sentido, as redes sociais são projetadas para manipular conexões, reconhecer o gosto e desejo de seus usuários, “codificando as relações entre pessoas, coisas e ideias em algoritmos”, segundo Van Dijck (ALBRIGHT, 2017, p. 88).

O surgimento das disfunções informacionais (*fake news*), no formato atual está intimamente ligado às plataformas de mídias sociais e o descrédito contínuo, nos mecanismos tradicionais de produção de notícias e conteúdo. As plataformas de redes sociais contribuem para a ocorrência deste fenômeno, na medida em que impõem “caixas pretas” formadas por tecnologias proprietárias, utilizam de “filtragem opaca”, classificação e algoritmos de recomendação, para mediar o acesso à informação, nas comunicações de massa e individuais,

além de controlar as entregas de conteúdo e as interações dos usuários. A manipulação exercida por estas plataformas tecnológicas, interrompe a camada de credibilidade organizacional e a confiança, na reputação estabelecida no processo de reportagem profissional. O conhecimento da informação, definido como a capacidade de "reconhecer quando a informação é necessária e ter a capacidade de localizá-la, avaliá-la e utilizá-la" é menos útil, na medida em que os mecanismos usados para "localizar" e "avaliar" as informações (por exemplo, resultados de pesquisa tópica) não são totalmente conhecidos e confiáveis. (ALBRIGHT, 2017, p. 87-88)

A busca, valoração e monetização da audiência cria um modelo industrial de produção de acessos por meio de estímulos artificiais. A partir de sistemas de coleta de dados e perfis baseados em identidade. Segundo Van Dijck, as plataformas tecnológicas detêm "conhecimento detalhado e íntimo dos desejos e gostos das pessoas", permitindo que desenvolvam "ferramentas para criar e direcionar necessidades específicas" (ALBRIGHT, 2018, p. 88).

A grande mídia, acuada pelo impacto das plataformas de redes sociais, por sua vez, cede à necessidade de produzir notícias que alavanquem sua popularidade e audiência, divulgando fatos precariamente comprovados como das reportagens imprecisas do New York Times, sobre as armas de destruição em massa do Iraque, da cobertura dos e-mails vazados de Hillary Clinton (agora conhecidos por serem executados por hackers russos), ou da amplificação, quase diária dos tweets de Trump (alguns incluindo informações de sites de conspiração). Os vieses políticos e motivações econômicas acabam por engolfar a imprensa tradicional em um pântano do descrédito. Apesar de, no momento atual, as desinformações mais evidentes e de destaque sejam atribuídas à postura política de direita, este não é privilégio exclusivo, pois a extrema esquerda utiliza destes subterfúgios para também propagar suas narrativas (REIS, 2019). Em 2020, o jornalista Eduardo Guimarães, do "Blog da Cidadania", de vertente política de esquerda, foi condenado pelo Tribunal de Justiça de São Paulo (TJ-SP) por espalhar *fake news* sobre o governador de São Paulo, João Dória (ISTOÉ, 2020). Os governos da Rússia e da China, países de opções políticas socialistas, têm utilizado de desinformações para agir politicamente, tanto interna quanto externamente (SCOTT, 2020; U.S. DEPARTMENT of STATE, 2020). A agência russa, Internet Research Agency (IRA), tem espalhado notícias falsas de interesse de esquerda, com o intuito de manipular as plataformas digitais, por meio da criação de perfis falsos, mas, com aparência de pessoas reais, que possam atribuir confiabilidade aos atores estatais russos (WONG, 2020).

O pleno conhecimento detalhado e a sua utilização para induzir e manipular vontades, as plataformas digitais acabam por erodir ainda mais a confiança do público nas organizações de notícias, inibindo que a difusão de fatos criticamente importantes. Esta quebra de fluxo e

confiança nas notícias produzidas profissionalmente degeneram o papel da imprensa como “salvaguarda democrática contra a corrupção, ao engano e interesses especiais e escusos” (ALBRIGHT, 2017, p. 88).

Diante deste cenário, onde a indústria noticiosa profissional perde a atenção do público em geral, diversos canais diretos de comunicação são criados por meio das plataformas de redes sociais para endereçar o público específico. O descrédito promovido pelas ferramentas de pesquisa e mídias sociais nas organizações de notícias, reforça os mecanismos de comunicação das próprias plataformas tecnológicas. A imprensa para se manter ativa é forçosamente levada a aderir o *modus operandi* desta nova realidade imposta por estas tecnologias, retirando-se do papel de protagonista da narrativa precisa de informações (ALBRIGHT, 2017).

Diante deste quadro, onde prevalece o foco nos “fatos” em detrimento da confiança de longo prazo, Albright (2017) acredita que os mecanismos de checagem das notícias publicadas não se sobreporão à difusão das *fake news*, e as organizações jornalistas serão ineficazes na sua prevenção.

1.3.1.1.1 Convergência digital e ferramentas de organização de conteúdo

A convergência pode ser vista como outro efeito colateral da liberação de conteúdo da operadora. Enquanto, anteriormente, todo o conteúdo possuía um meio de transporte diferente (fotografias utilizavam filme fotográfico ou papel, música usavam fita magnética, discos ópticos (CD) ou discos de vinil, enquanto texto usava papel), agora livres dessas restrições todo conteúdo é transportado igualmente, em formato digital, pela Internet, convergindo todos os modos de armazenamento e comunicação.

À medida que informações e conteúdos se tornaram mais baratos, mais econômicos de processar e distribuir, a conexão intelectual entre informações ou dados e conceitos, como personalidade, privacidade, autonomia e respeito à propriedade privada foram inicialmente deixadas de lado, na pressa de experimentar novas tecnologias e lucrar com novas técnicas de mineração de dados e coleta de dados (MURRAY, 2013).

Todo o conteúdo que transita pelas plataformas digitais é tratado por complexos algoritmos utilizados para ordenar e ranquear as informações, relações e perfis, como o PageRank da Google e EdgeRank do Facebook. Estes se ancoram em algumas premissas para melhor ofertar experiências do usuário:

- Homofilia - defendido por Sunstein (2017, p. 11), que detectou uma forte tendência na interação social de pessoas a se conectar e se relacionar com pessoas similares;

- Daily Me - serviço conceitual, esculpido por Nicholas Negroponte (1995, p. 44), do Instituto de Tecnologia de Massachusetts, em 1995, em que diante de uma enormidade de opções de programas televisivos, um ajudante eletrônico automatizado faria as melhores escolhas baseadas no conhecimento do conteúdo proposto e os interesses do telespectador;
- Serendipidade - que pode ser entendida como a capacidade de fazer descobertas importantes por acaso, surpreendendo o interlocutor, de tal maneira que o fideliza naquele espaço positivo de prospecção (SUNSTEIN, 2017, p. 11);
- Engajamento - pessoal do usuário, medido mediante o aprofundamento das atividades em rede, entre pessoas e coisas, percebido por Birnbak e Carlsen (2016), quando da análise do EdgeRank, em que considera ingredientes para determinar a eficiência do algoritmo: a interação prévia com potencial de conexão de agentes; profundidade de engajamento, demonstrado na forma de interação; e, na novidade¹³;
 - Timothy Wu (2016) detectou ainda que o tempo em que o usuário se depara diante de algum conteúdo é também um importante componente de engajamento.

A comercialização de serviços de marketing direcionado, baseado no conhecimento íntimo do consumidor, advindo da aplicação dos algoritmos de ranqueamento em larga escala, em uma população crescente de usuários, fez com que empresas como Google e Facebook, que foram deficitárias, em bom tempo, em seus nascimentos, mas sempre bem valoradas em função das perspectivas que ofereciam, apresentem agora faturamentos e lucratividades significantes e valores de suas ações aumentadas exponencialmente.

1.3.1.1.2 Elementos semióticos e psicológicos da nova comunicação

Wardle e Derakhshan (2017) procuram dissecar as mensagens e seus intérpretes como forma de se entender os componentes que caracterizam as disfunções informacionais, envolvendo os componentes das mensagens, os intérpretes, a comunicação como ritual e a comunicação como transmissão.

Mensagens:

Segundo os autores, para que a mensagem se torne mais atraente para ser “consumida, processada e compartilhada amplamente”, e por consequência, possa ser utilizada efetivamente em campanhas de informação bem sucedidas, sejam falsas ou verdadeiras, enumeraram 4

¹³ Item atribuído mediante pesquisa de Bashly

elementos significativos de tal modo que (WARDLE, DERAKHSHAN, 2017, p. 38):

- Provoque uma resposta emocional;
- Possua um poderoso componente visual;
- Tenha uma narrativa forte;
- Seja repetitiva.

Intérpretes:

Segundo Stuart Hall (1973) os receptores da mensagem a decodificam de uma das três seguintes maneiras:

- Hegemônica, aceitando a mensagem como ela foi codificada.
- Negociada, aceitando aspectos da mensagem, mas não tudo.
- Oposição, recusando a maneira como a mensagem foi codificada.

George Lakoff (2010) vê a racionalidade e as emoções como estando ligadas em nossos cérebros e estruturadas, em torno de certas metáforas, narrativas e quadros, que nos ajudam a entender as coisas e nos orientarmos. O autor elabora que há 2 tipos de razão: a falsa e a real. Segundo ele, a razão falsa "vê a razão como plenamente consciente, literal, desencarnada, mas de alguma forma se ajustando diretamente ao mundo, e não trabalhando via lógica baseada na moldura, metafórica, narrativa e emocional, mas apenas através da lógica dos lógicos". Argumenta que as pessoas se tornam crescentemente emocionais sobre afiliações políticas, e, por este motivo, ela não funciona na "contemporaneidade política". Por sua vez, a razão real, "é um pensamento inconsciente que surge de metáforas incorporadas". (WARDLE, DERAKHSHAN, 2017, p. 42).

Wardle e Derakhshan (2017, p. 42), discorrendo sobre a linguagem, indicam que esta "permeia os "sistemas morais" subconscientes, automáticos e adquiridos através da repetição, de forma que são ativados e fortalecidos de maneira inconsciente e automática". Chamam a atenção que a permanência em bolhas de filtro, onde as crenças, que são constantemente confirmadas por notícias alinhadas, desencadeia um fascínio emocional "incrivelmente poderoso", colocando os partícipes em "uma armadilha emocional e psicológica", que requer uma "uma mistura de soluções tecnológicas e educacionais e, em última análise, uma mudança psicológica" para que se liberte o usuário desta situação.

Comunicação como ritual

O consumo de notícias era um ato coletivo, sorvido por famílias à beira do rádio e TV. Gradativamente, se converteu em consumo pessoal, individualizado nos rádios portáteis,

smartphones, tablets e laptops. Entretanto, o advento das redes sociais, a interação com a notícia impulsionou o consumidor passivo da notícia, para uma posição ativa, em que adiciona comentários, likes e seletividade de compartilhamento. Este ativismo do consumidor de notícias agregou uma camada de informação à existente, transformando-o em “performer” e produtor coadjuvante do conteúdo. Criou-se a figura do “proconsumer” ou “prosumer” (BROWN, MARSDEN, 2013). Aquilo que divulgamos, os likes em que expressamos nossas preferências e o que compartilhamos acabam por delinear, aos olhos daqueles que cercam ou que sejam receptores de nossas mensagens, as percepções do que seríamos perante eles (KARLOVA, FISHER, 2017).

Como ilustram Wardle e Derakhshan, (2017, p. 43) “a mídia social se tornou um palco, nosso comportamento é uma performance e nosso círculo de amigos ou seguidores é o nosso público”. Erving Goffman (1956, p. 78) já na década de 1950 utilizava a metáfora de que a “vida é um teatro” e diagnosticava que possuímos o objetivo de manejar a imagem do que os outros possuem de nós. A partir desta constatação, tendemos a moldar nossa comunicação nas redes sociais em razão daquilo que imaginamos que agradaria os receptores de nossas mensagens. A distribuição de desinformações neste contexto, reflete, muitas vezes, a “necessidade” de se conformar e pertencer fielmente a um grupo. Para se moldar a este anseio de seus usuários, os algoritmos das redes sociais e plataformas digitais passam a filtrar as mensagens, endereçadas àquelas que não se oponham às visões de cada um, restringindo os feeds de uma eventual diversidade de seguidores àqueles mais alinhados às crenças do usuário. Utilizando os argumentos de M. Maffesoli, em seu livro de 1996, *The Time of the Tribes*, Wardle e Derakhshan, (2017, p. 43-44) sintetizaram que “para entender o comportamento de alguém”, é necessário que conheça os diversos grupos que ele participa e seja membro e como ele reage, compartilha e posta mensagens nessas várias “tribos on-line e off-line”.

Segundo a teoria da cognição motivada, “existe uma tendência inconsciente dos indivíduos para processar informações para se ajustarem a conclusões que atendem a algum objetivo interno”. Esta teoria é bem exemplificada, quando dois grupos de torcedores de times distintos veem a mesma partida de futebol e cada um se identifica com as decisões do árbitro que beneficiem o seu time. Ou quando grupos diferentes escolhem argumentos e aplicam raciocínios matemáticos complexos para buscar embasar convicções políticas em temas controvertidos (KAHAN, 2011; WARDLE, DERAKHSHAN, 2017).

Comunicação como transmissão

A verificação da veracidade e credibilidade das informações que recebemos diariamente

fica comprometida pelo enorme volume a que estamos expostos. De acordo com pesquisa de Qiu, Menczer, et.al. (2017), as pessoas verificam as mensagens que repassam, independente de pertencerem às câmaras de eco, porque, em parte, simplesmente elas “nunca as veem”. Entretanto, anteriormente ao uso massivo das redes sociais, Wardle e Derakhshan apontam que “as pessoas usaram um conjunto de heurísticas-chave, ou atalhos mentais, ao avaliar a credibilidade de uma fonte ou mensagem”, e, baseados nas teorias de Metzger e Lewandowsky, enumeram que foram deixadas, ainda que parcialmente, de lado quando se trata das informações obtidas nas plataformas digitais (2017, p. 45):

1. **Reputação.** Baseado no reconhecimento e familiaridade
2. **Endosso.** Se os outros acham credível
3. **Consistência.** Se a mensagem é ecoada por vários sites
4. **Violação da expectativa.** Se um site se parece e se comporta da maneira esperada
5. **Autoconfirmação.** Se uma mensagem confirma as crenças de uma pessoa
6. **Intenção persuasiva.** A intenção da fonte ao criar a mensagem

Há, de outra parte, um desestímulo, por parte das mídias sociais, para que o usuário utilize os critérios de "violação da expectativa (se o site se comporta como esperado) e consistência (se a informação é suportada por vários sites)” provavelmente não será utilizada. Fator como a “familiaridade” se torna muito convincente e persuasivo nas redes sociais, a ponto da repetição de falsas informações levar as pessoas absorverem as desinformações, como válidas, como revela o estudo de Paul e Matthews (2017) sobre os métodos eficazes utilizados pela Rússia (WARDLE, DERAKHSHAN, 2017, p. 46).

Outro fator que muito influencia a percepção de credibilidade nas informações, é o “endosso”, caracterizada pela convalidação da mensagem, por meio de retweets, compartilhamento, comentários ou curtidão, por pessoas da confiança do usuário. A tendência dos seres humanos a seguir as massas, ainda mais quando qualificadas por amigos e familiares, influenciam diretamente a opinião de cada um, como demonstrou as pesquisas de Salganik *et al* (2006) (WARDLE, DERAKHSHAN, 2017, p. 46). Neste mesmo sentido Jonathan Stray (2017) assim explica:

“as mensagens recebidas em maior volume e de mais fontes serão mais persuasivas. A quantidade realmente tem uma qualidade própria. Receber uma mensagem através de múltiplos modos e de múltiplas fontes aumenta a credibilidade percebida da mensagem, especialmente se uma fonte de divulgação é aquela com a qual um membro da audiência identifica”.

O Ministro de Estado das Relações Exteriores Aloysio Nunes Ferreira (2018) reforça o poder de grupos familiares de WhatsApp, “dada a confiança mútua, os grupos familiares constituem-se um dos maiores propagadores de *fake news*”, onde se verifica um grande “poder

de produção e disseminação de informações a partir de meias-verdades”.

A disseminação de informações nas redes sociais é, especialmente, afetada pela heurística da autoconfirmação, pelo raciocínio motivado e pelo desejo de ser justificado, caracterizado em pesquisas de Nyhan e Reifler (2010), que tentam replicar o “chamado efeito tiro pela culatra”, em que as verificações e checagem de fatos “levam as pessoas em direção à verdade”, mesmo que não mudassem suas posições, acerca da questão combatida (WARDLE, DERAKHSHAN, 2017, p. 47). Wardle e Derakhshan sugerem que se desenvolvam programas individuais de “alfabetização jornalística” e se discuta amplamente como “superar a tendência humana de buscar informações que apoiem nossa visão de mundo e identificações tribais” e adoção de postura cética em relação às informações que tenham teor emocional, para combater a proliferação de desinformações (p. 48).

1.3.1.1.3 Desintermediação e reintermediação de informação

Livres das restrições da mídia tradicional pré-Internet, que transportava a notícia de forma atômica, as tecnologias digitais forjaram um novo sistema de distribuição, através da Internet. Enquanto o fornecimento de produtos informacionais estava, tradicionalmente, ligado à cadeia de distribuição padrão de fabricante-transportadora-loja, o moderno sistema de distribuição de produtos informativos como música, filmes, jornais e revistas são entregues diretamente do produtor do produto ao consumidor por *download* digital. Isso é parte de um processo conhecido como desintermediação, em que os intermediários de uma cadeia de suprimentos são cortados e os benefícios financeiros são divididos entre o fornecedor e o comprador. (MURRAY, 2013).

A desintermediação alcançou também os editores de jornal, de maneira a ir direto à fonte de muitas notícias, através do advento do chamado jornalismo cidadão, onde os indivíduos desempenham um papel ativo, no processo de coletar, relatar, analisar e disseminando notícias e informações, principalmente por redes sociais. Neste caso, que usam ferramentas de rede social como o Facebook e ferramentas de blogs, são sistemas Web 2.0 onde as redes digitais são utilizadas para facilitar a criatividade, compartilhamento de informações e esforços colaborativos on-line entre os usuários (MURRAY, 2013).

Se as plataformas permitiram a desintermediação dos grandes e tradicionais meios de comunicação para a disseminação de conteúdo, ocorreu também, em paralelo, um processo de reintermediação da relação entre os cidadãos produtores de notícias e o consumidor. Este novo processo se deu por intermédio das próprias plataformas digitais que entraram em substituição aos velhos intermediários, por se mostrarem eficientes e “capazes de articular com mais

eficiência e alcance diferentes grupos de usuário, graças aos efeitos de rede” (SILVA NETO, BONACELLI, PACHECO, 2019). Esta nova circunstância significa que as plataformas digitais, mesmo que ofereçam oportunidades e potencialidades inéditas, detêm o controle do fluxo da informação. Houve, na verdade, um aprimoramento do modelo organizacional dos meios de comunicação, como uma evolução do modelo anterior (PARKER et al., 2016; EVANS; SCHMALENSSEE, 2016).

1.3.1.1.4 Emocionalidade do conteúdo compartilhado

Wardle e Derakhshan defendem que as “redes sociais são impulsionadas pelo compartilhamento de conteúdo emocional”, de forma que ao publicar algo que é “apreciado, comentado ou compartilhado” o usuário é recompensado com a liberação de pequenas doses de dopamina. A arquitetura das plataformas digitais, em especial as redes sociais, se voltam para potencializar o ajuste das mensagens aos temas predominantes dos círculos sociais a que os usuários estão inseridos. Tal contexto favorece a desordem da informação e revelam que as “plataformas de tecnologia não são pipelines de comunicação neutra”. E mesmo com o reconhecido alcance e poder das mídias sociais, os autores apontam que “não se pode diminuir o papel da mídia tradicional, principalmente a televisiva, para a amplificação das notícias disfuncionais produzidas nos ambientes de redes sociais”, pois esta se presta a convalidar as informações, concluindo que sem a sua participação a “desinformação não chegaria talvez a tão longe repercussão”. (WARDLE, DERAKHSHAN, 2017, p. 13).

Como Danah Boyd (2017) argumenta sobre as recentes reações aos medos sobre má informações e desinformações, “faz parte de uma longa e complicada história, e lança luz sobre uma variedade de dinâmicas sociais, econômicas, culturais, tecnológicas e políticas que não serão abordadas por meio de soluções simplistas”¹⁴ (WARDLE, DERAKHSHAN, 2017, p. 14). Existe um consenso e um questionamento ainda sem uma resposta definitiva, quanto as razões pelas quais as sociedades, particularmente no Ocidente, se tornaram tão segregadas, em termos de idade, raça, religião, classe e política. Wardle e Derakhshan ponderam (tradução livre):

Reconhecendo o impacto de fatores como o colapso do estado de bem-estar social, o fracasso das instituições democráticas em fornecer serviços públicos, as mudanças climáticas e as intervenções externas mal calculadas são necessárias. Não podemos ver o fenômeno de *mis* e *dis-information* isoladamente, mas devemos considerar seu impacto em meio ao ecossistema da nova mídia. Este ecossistema é dominado por rádio, televisão e mídia social cada vez mais partidários; articulações emocionais exageradas do mundo; entrega rápida por meio de feeds algorítmicamente derivados de smartphones e públicos-alvo que analisam as manchetes para lidar com as

¹⁴ Tradução livre de: It’s part of a long and complicated history, and it sheds light on a variety of social, economic, cultural, technological, and political dynamics that will not be addressed through simplistic Solutions.

inundações de informações antes deles.

Fazer sentido de mal-informação, má e desinformação como um tipo de disfunção da informação, e aprender como funciona, é uma necessidade para as democracias abertas. Da mesma forma, deixar de compreender as razões estruturais para sua eficácia é um grave erro.

Sob uma visão de transmissão da comunicação, vê-se o jornal como um instrumento de disseminação de conhecimento. Surgem questões sobre seus efeitos nas audiências - como esclarecer ou obscurecer a realidade, como mudar ou endurecer as atitudes ou como criar credibilidade ou dúvida. No entanto, uma visão ritual da comunicação não considera o ato de ler um jornal motivado pela necessidade de novas informações. Pelo contrário, compara-se a frequentar um culto na igreja. É uma performance em que nada é aprendido, mas uma visão particular do mundo é retratada e confirmada. Desta forma, a leitura e escrita de notícias é um ato ritualístico e dramático.

Um argumento chave, que parte do trabalho do estudioso James Carey, é que precisamos entender a função ritualística da comunicação. Em vez de simplesmente pensar em comunicação como a transmissão de informações de uma pessoa para outra, devemos reconhecer que a comunicação desempenha um papel fundamental na representação de crenças compartilhadas. Não é apenas informação, mas drama - “um retrato das forças em disputa no mundo” (CAREY, 1989).

O conteúdo "problemático" mais bem-sucedido é aquele que influencia as emoções das pessoas, estimulando sentimentos de superioridade, raiva ou medo. Isso ocorre porque esses fatores impulsionam o novo compartilhamento, entre as pessoas que desejam se conectar com as comunidades on-line e as "tribos". Os problemas aumentam, quando alguém consegue espalhar informações por toda a Internet. Vozes que sussurram e línguas que balbuciam tornam-se registros permanentes, prontamente, encontrados em uma pesquisa *online*.

Quando a maioria das plataformas sociais é projetada para que as pessoas façam "publicidade", publicamente, por meio de curtidas, comentários ou compartilhamentos, é fácil entender por que o conteúdo emocional viaja tão rápido e amplamente, mesmo quando vemos as manifestações de diversas organizações que checam e descreditam os dados publicados (WARDLE, DERAKHSHAN, 2017).

1.3.1.1.5 O Papel e Impacto das Fontes de Notícias

O relatório de 2020 produzido pela Reuters Institute Digital News (NEWMAN, 2020), com 40 países, identificou que mais da metade (56%) da amostra está “preocupada com o que é real e falso na Internet, quando se trata de notícias”. Países do Sul Global, em que há uma alta utilização das redes sociais como fonte de notícias e possuem instituições tradicionais “frequentemente mais fracas”, a preocupação é maior, como exemplo: Brasil (84%), Quênia (76%) e África do Sul (72%). Estes dados contrastam com países europeus “menos polarizados,

como Holanda, Alemanha e Dinamarca” (p. 18). A realidade de utilização das mídias sociais pode ser observada nos próximos gráficos que mostram o seu uso médio, na semana anterior à pesquisa e, também, a proporção de utilização delas como fonte de notícias:

PROPORÇÃO QUE USOU CADA REDE SOCIAL PARA QUALQUER FINALIDADE NA ÚLTIMA SEMANA (2014-20) – MÉDIA DE 12 PAÍSES

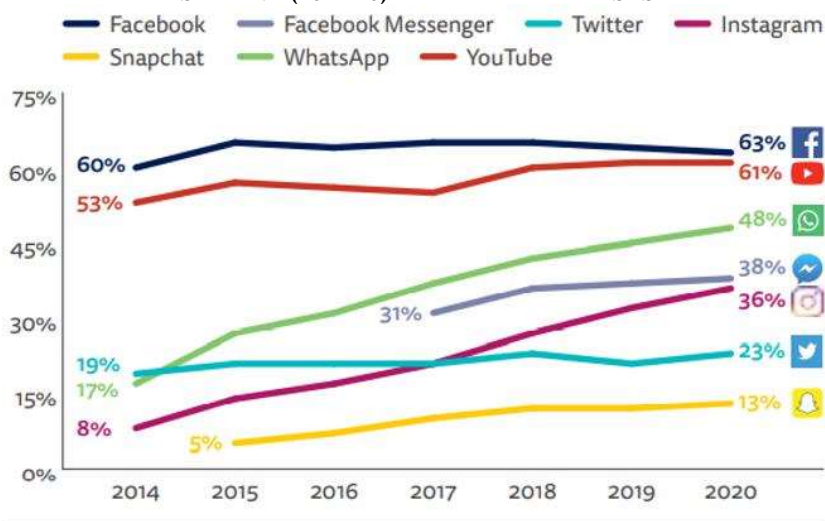
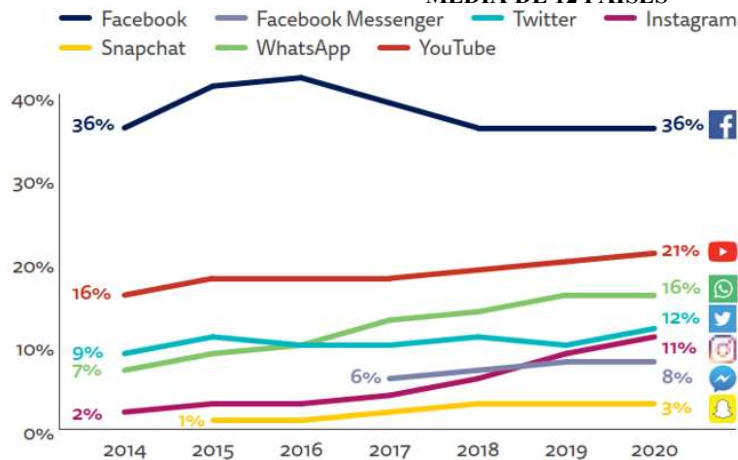


Figura 9 Proporção que usou cada rede social para qualquer finalidade na última semana (2014-20) – média de 12 países - Fonte: NEWMAN, 2020, p. 30¹⁵

PROPORÇÃO QUE USOU CADA REDE SOCIAL PARA NOTÍCIAS NA ÚLTIMA SEMANA (2014-20) – MÉDIA DE 12 PAÍSES



¹⁵ Que, se houver, dos seguintes que você usou na última semana para qualquer propósito? Base: Amostra total de 2014-19 em 12 países ≈ 24000 (~19000 em 2014). Nota: De 2015 a 20 os 12 países incluídos são Reino Unido, EUA, Alemanha, França, Espanha, Itália, Irlanda, Dinamarca, Finlândia, Japão, Austrália e Brasil. Em 2014, não fizemos pesquisas na Austrália ou Irlanda

Figura 10 - Proporção Que Usou Cada Rede Social Para Notícias Na Última Semana (2014-20) – Média De 12 Países - Fonte: NEWMAN, 2020, p. 30 ¹⁶

A imagem seguinte revela a força das redes sociais Instagram e Twitter como fonte de notícias nos 4 países que mais se destacaram:



Figura 11 - Instagram e Twitter como fonte de notícias - Fonte: NEWMAN, 2020, p. 30

Os políticos locais são considerados a principal fonte de desinformação, segundo a totalidade dos países pesquisados. No caso dos EUA, as pessoas, mais ligadas à direita, também culpam a mídia como propagadora de *fake news*. O Facebook é tido “como o principal canal de disseminação de informações falsas, em quase todos os lugares, mas o WhatsApp é visto como mais responsável em partes do Sul Global, como Brasil e Malásia”. (...) “Em todos os países, o Facebook Inc agora atinge 85% por semana, em média, subindo para 94% no Brasil e 96% no Quênia e África do Sul” (NEWMAN, 2020, p. 10 e 30). Vide o gráfico abaixo o grau de confiança nas fontes de notícias dos países pesquisados:

PROPORÇÃO QUE CONCORDAM QUE PODEM CONFIAR NA MAIORIA DAS NOTÍCIAS NA MAIORIA DAS VEZES – TODOS OS MERCADOS

¹⁶ Que, se houver, dos seguintes que você usou na última semana para notícias? Base: Amostra total de 2014-19 em 12 países ≈ 24000 (~19000 em 2014). Nota: De 2015 a 20 os 12 países incluídos são Reino Unido, EUA, Alemanha, França, Espanha, Itália, Irlanda, Dinamarca, Finlândia, Japão, Austrália e Brasil. Em 2014, não fizemos pesquisas na Austrália ou Irlanda.

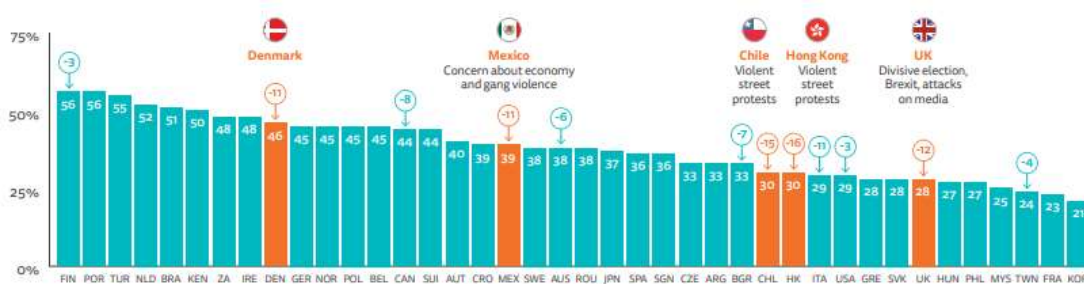


Figura 12 - Proporção Que Concordam Que Podem Confiar Na Maioria Das Notícias Na Maioria Das Vezes – Todos Os Mercados - Fonte: NEWMAN, 2020, p. 14 ¹⁷

PROPORÇÃO PREOCUPADA COM O QUE É REAL E O QUE É FALSO NA INTERNET QUANDO SE TRATA DE NOTÍCIAS – TODOS OS MERCADOS



Figura 13 - Proporção Preocupada Com O Que É Real E O Que É Falso Na Internet Quando Se Trata De Notícias – Todos Os Mercados - Fonte: NEWMAN, 2020, p. 14

56% dos pesquisados preocupa com o que é real ou falso – média dos 40 mercados

Fonte: NEWMAN, 2020, p. 18 ¹⁸

Foi detectado uma ligeira melhora na confiança em notícias em geral, após um significativa queda por ocasião das eleições de 2018, quando ocorreu uma forte polarização do “presidente de extrema-direita Jair Bolsonaro”, mesmo permanecendo uma alta tensão entre o presidente e a imprensa. Vide os diferentes tipos de confiança baseado nas fontes de informação:

¹⁷ Q6_1. Por favor, indique seu nível de concordância com a seguinte declaração: Eu acho que você pode confiar na maioria das notícias na maioria das vezes. Base: Amostra total em cada mercado ≈ 2000, Taiwan = 1027

¹⁸ Q_FAKE_NEWS_1. Por favor, indique seu nível de concordância com a seguinte declaração. Pensando em notícias online, estou preocupado com o que é real e o que é falso na internet. Base: Amostra total em cada mercado ≈ 2000, Taiwan = 1027.



Figura 14 - Diferentes Tipos De Confiança Baseado Nas Fontes De Informação - Fonte: NEWMAN, 2020, p. 90

O relatório relaciona os meios de comunicação, por marcas, programas e veículos, e o respectivo grau de confiança:

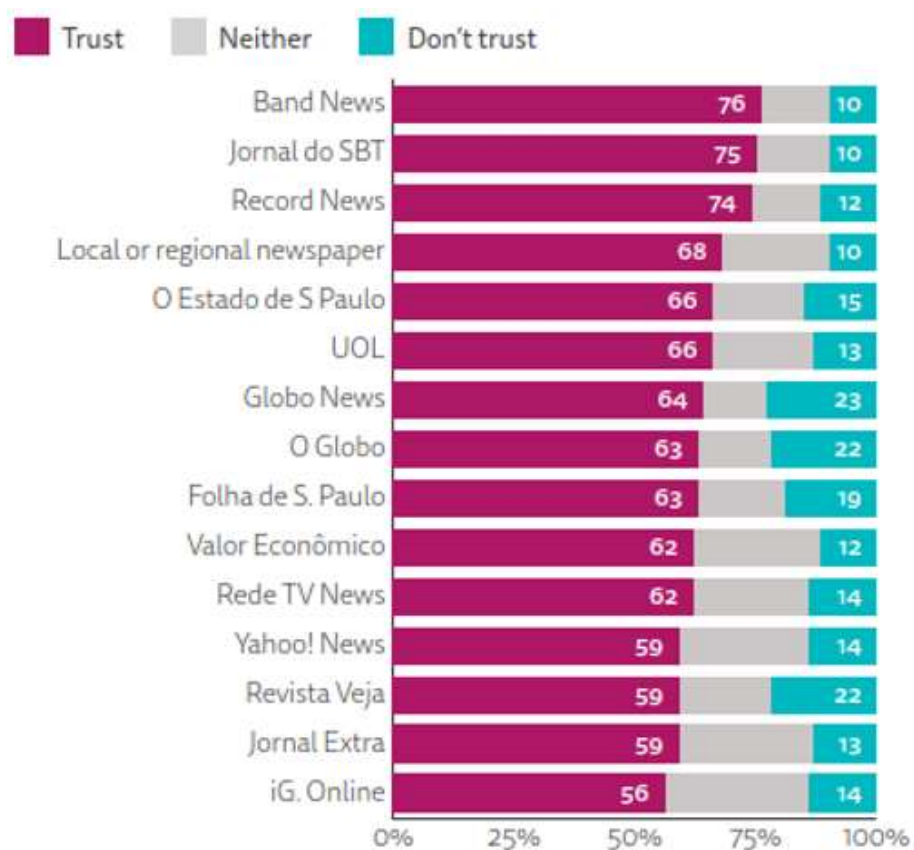
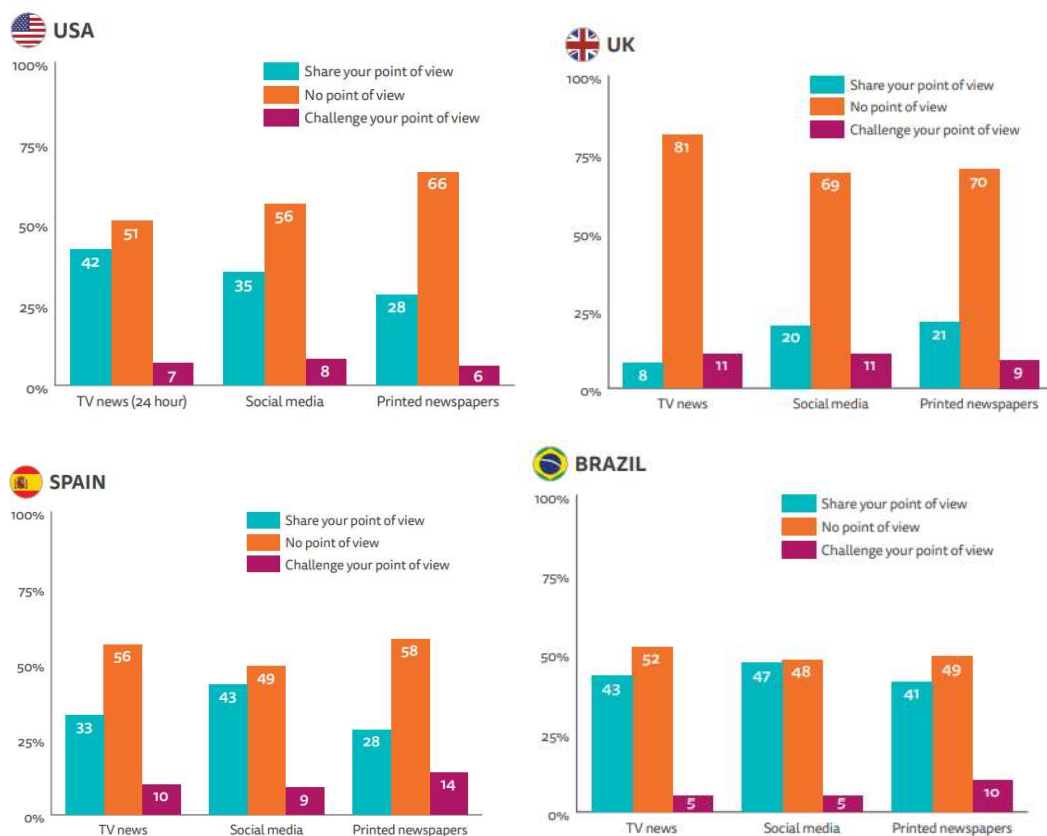


Figura 15 - Relatório Relaciona Os Meios De Comunicação, Por Marcas, Programas E Veículos, E O Respetivo Grau De Confiança - Fonte: NEWMAN, 2020, p. 90¹⁹

¹⁹ Confiança = % marcou 6-10 na escala de 10 pontos, Não confie = 0-4, Nem = 5. Aqueles que não ouviram falar de cada marca foram excluídos.

O relatório aponta que as pessoas em diferentes países estabelecem suas preferências pelas variadas fontes, em razão do grau de parcialidade que cada mídia imprime em suas notícias. Nos EUA, onde há um claro posicionamento de alguns canais de TV, o público os utiliza para consumo de informações parciais. Já no Reino Unido, em que as TV não podem assumir uma posição política, a preferência pelas mídias parciais concentra nas redes sociais e imprensa impressa. No Brasil e Espanha, por exemplo, a busca por notícias, com vieses se concentra nas mídias sociais, em detrimento da imprensa. Vide os gráficos (NEWMAN, 2020, p. 10):

PROPORÇÃO QUE DIZEM PREFERIR RECEBER NOTÍCIAS DE FONTES QUE NÃO TÊM PONTO DE VISTA PELA PRINCIPAL FONTE DE NOTÍCIAS – PAÍSES SELECIONADOS



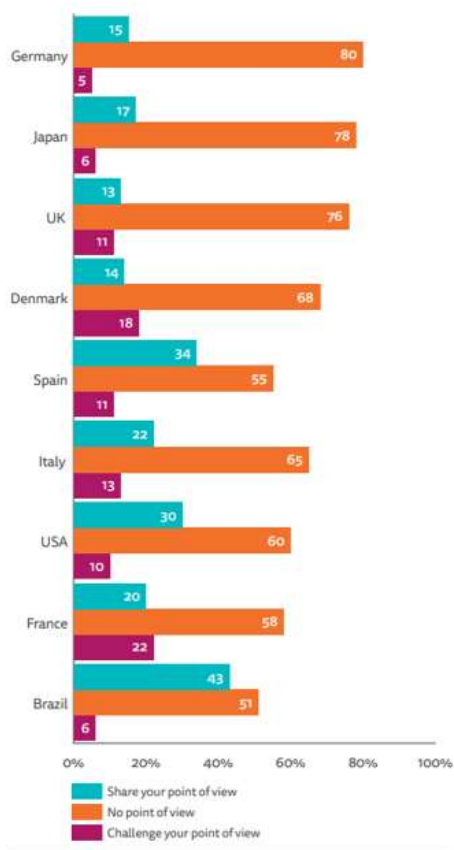


Figura 16 - Proporção Que Dizem Preferir Receber Notícias De Fontes Que Não Têm Ponto De Vista Pela Principal Fonte De Notícias – Países Selecionados - Fonte: NEWMAN, 2020, p. 17²⁰, p. 18²¹ e p. 16²²

A pesquisa revelou uma circunstância inédita, na série de levantamentos realizados, de que as mídias sociais ultrapassaram a televisão em consumo de notícias. “O uso de notícias para smartphones é estável, enquanto o uso de computadores declinou”. Os leitores de mídia impressa “caiu pela metade desde 2013 e a crise COVID-19 é propenso a atingir o setor com força” (NEWMAN, 2020, p. 90):

²⁰ Q5c_2020. Pensando nos diferentes tipos de notícias disponíveis para você, você prefere receber notícias de fontes que compartilham/desafiam/não têm ponto de vista. Base: Amostra total (excluindo não sabe): EUA = 1760, Reino Unido = 1659.

²¹ Q5c_2020. Pensando nos diferentes tipos de notícias disponíveis para você, você prefere receber notícias de fontes que compartilham/desafiam/não têm ponto de vista. Base: Amostra total (excluindo não sabe): Espanha = 1756, Brasil = 1901.

²² Q5c_2020. Pensando nos diferentes tipos de notícias disponíveis para você, você prefere receber notícias de fontes que compartilham/desafiam/não têm ponto de vista. Base: Amostra total (excluindo não sabe): EUA = 1760, Reino Unido = 1659, Alemanha = 1624, França = 1437, Itália = 1762, Espanha = 1756, Dinamarca = 1611, Japão = 1538, Brasil = 1901.

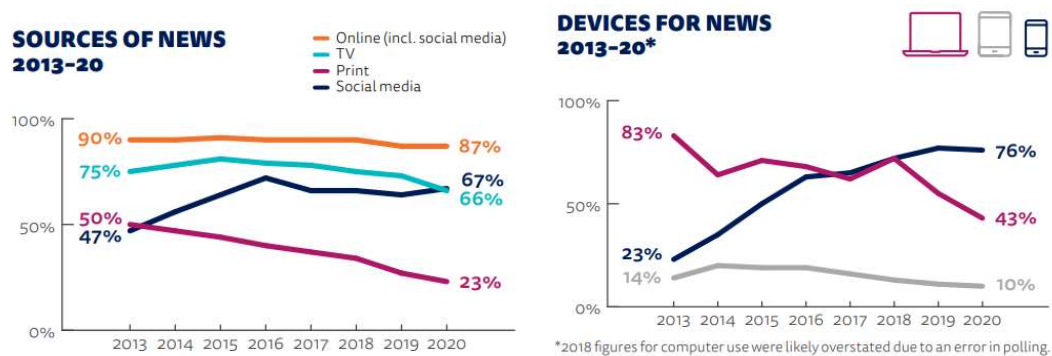


Figura 17 - Mídias Utilizadas para Notícias - Fonte: NEWMAN, 2020, p. 90

TOP SOCIAL MEDIA AND MESSAGING

Rank	Brand	For News	For All
1	Facebook	54% (-)	76%
2	WhatsApp	48% (-5)	83%
3	YouTube	45% (+3)	82%

Rank	Brand	For News	For All
4	Instagram	30% (+4)	61%
5	Twitter	17% (+2)	32%
6	Facebook Messenger	13% (-2)	44%

Figura 18 - Top Social Media and Messaging - Fonte: NEWMAN, 2020, p. 90

ALCANCE SEMANAL OFFLINE E ONLINE NO BRASIL

TOP BRANDS

% Weekly usage

- Weekly use TV, radio & print
- More than 3 days per week TV, radio & print
- Weekly use online brands
- More than 3 days per week online brands



Figura 19 - Alcance Semanal Offline E Online No Brasil - Fonte: NEWMAN, 2020, p. 90

Outro aspecto interessante, revelado pelo relatório, diz respeito ao interesse por notícias locais. 47% dos entrevistados manifestaram muito ou extremamente interessados em notícias locais, número maior que os interessados em política (37%). “Quase três quartos dos brasileiros (73%) dizem estão interessados em notícias locais, dois terços dos espanhóis (62%), e cerca de metade (54%) na Alemanha e nos Estados Unidos (48%)” (NEWMAN, 2020, p. 47).

PROPORÇÃO MUITO OU EXTREMAMENTE INTERESSADA EM NOTÍCIAS LOCAIS – TODOS OS MERCADOS

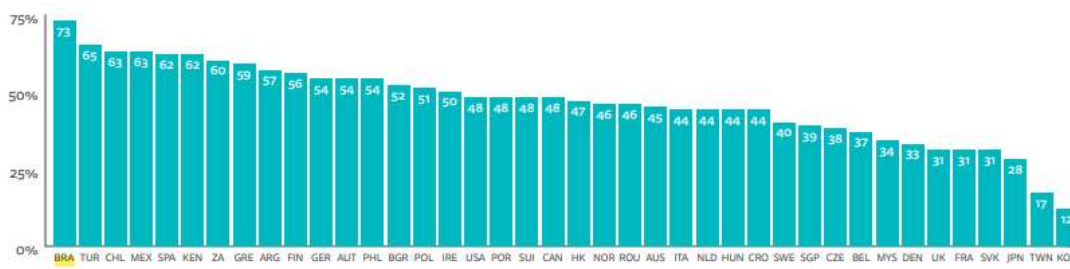


Figura 20 - Proporção Muito Ou Extremamente Interessada Em Notícias Locais – Todos Os Mercados - Fonte: NEWMAN, 2020, p. 48

1.3.2 Bolhas de filtro e câmaras de eco

Jurgen Habermas (1962) concebeu a esfera pública como os “espaços compartilhados - reais, virtuais ou imaginários - pelos quais as questões sociais são discutidas e a opinião pública é formada”, que sendo saudável é “essencial para a democracia e deve ser inclusiva, representativa e caracterizada pelo respeito ao argumento racional” (WARDLE, DERAKHSHAN, 2017, p. 49). Wardle e Derakhshan (p. 49) destacam que, nesta esfera pública compartilhada, a natureza humana nos leva a “estabelecer e manter relacionamentos com pessoas que têm pontos de vista semelhantes aos nossos” estabelecendo identidades “moldadas por nossas visões de mundo com outras pessoas que compartilham essas visões de mundo”, comportamento este capitalizado pelas plataformas digitais para despenderem mais tempo em seus ambientes (CAREY, 1989, p. 17).

Como já exposto, anteriormente, na pesquisa do Instituto Reuters e Universidade de Oxford (REUTERS INSTITUTE FOR THE STUDY OF JOURNALISM, 2017) a popularização das redes sociais como fontes de informações e notícias impôs aos jornais tradicionais e locais uma queda de vendas e faturamento em vários países. O fenômeno colocou

em vias de colapso o faturamento de vários jornais nos EUA, Canada e Reino Unido (PONDSFORD, 2017). Em tom de alerta, a Comissão Knight concluiu que para atender as necessidades de informação das comunidades, numa democracia que a informação é “vital para o funcionamento saudável das comunidades, como ar limpo, ruas seguras, boas escolas e saúde pública” (KNIGHT COMMISSION ON THE INFORMATION NEEDS OF COMMUNITIES IN A DEMOCRACY, 2009, p. 12; WARDLE, DERAKHSHAN, 2017, p. 51).

Nina Jankowicz (2017), membro do Kennan Institute do Woodrow Wilson Center, evidenciou a importância das notícias locais em um artigo no New York Times (tradução livre):

Sem notícias que conectam as pessoas às suas assembleias municipais ou feiras municipais, ou histórias que analisam como as políticas federais afetam as empresas locais, as pessoas ficam com notícias sobre os grandes bancos em Nova York e a política suja em Washington.... Os leitores comparam essa cobertura com seus saldos bancários cada vez menores e infraestrutura em ruínas, e se sentem desconectados e privados de direitos, e se prendem a algo - qualquer coisa - que lhes fale. Isso pode ser os tweets do presidente Trump. Ou “notícias” duvidosas de um site de extrema direita ou esquerda podem parecer verdadeiras. Ou podem recorrer à desinformação russa, que explora essa lacuna de confiança.

Notícias locais fornecem uma experiência compartilhada para uma comunidade. Quando as comunidades dependem de feeds individuais de notícias de suas redes sociais, essas experiências compartilhadas desaparecem. Precisamos de mais pesquisas para entender as implicações disso em termos de pessoas compartilhando informações erradas e desinformadas.

Uma peça central para a eclosão das *fake news* e fertilização de um ambiente à sua propagação são as bolhas online ou de filtro (*filter bubbles*) e/ou câmaras de eco (*echo chambers*). O conceito de bolhas de filtro²³ e câmaras de eco decorrem dos mecanismos de busca e sistemas de redes sociais que criam, por motivações comerciais e financeiras, algoritmos e filtros de mensagens baseados, determinantemente sobre as características encontradas e perfis do usuário, concebendo um arcabouço de informações e relacionamentos restritos às afinidades, crenças e desejos demonstrados, isolando o cidadão das posições divergentes e plurais. “Estamos programados para aproveitar o tempo nestas “câmaras de eco”, já que isso requer menos trabalho cognitivo” (WARDLE, DERAKHSHAN, 2017, p. 49). O indivíduo é cercado por informações, temas e vieses que mais lhe agradam, impermeando-o de dados que confrontem os seus gostos e crenças. PIVARO *et al* (2019, p. 102) caracterizam esta

²³ O GDPR define perfil como: “qualquer forma de processamento automatizado de dados pessoais que consiste no uso de dados pessoais para avaliar certos aspectos pessoais relacionados a uma pessoa natural, em particular para analisar ou prever aspectos referentes ao desempenho dessa pessoa natural no trabalho, situação econômica, saúde preferências pessoais, interesses, confiabilidade, comportamento, localização ou movimentos ” (Regulation (EU) 2016/679, Artigo 4(4))

situação quando “grupos de pessoas com pensamentos semelhantes cada vez mais se aproximam, afastando o contato com pessoas, que pensam diferente e causando a impressão de que todos, ao seu redor compartilham dos seus mesmos preceitos, suas mesmas crenças”. Andre Stangl (2019) reflete acerca destas câmaras de eco e externa que

Na ecologia cognitiva das redes, muitas vezes a forma de validação de uma informação lembra as estratégias dos antigos sofistas. O atual clima de impotência discursiva, no qual os argumentos que parecem reverberar, nas redes pelo menos, servem apenas quando retroalimentam as convicções de bolhas, ou ilhas?, como se hoje já não fosse mais possível compartilhar um mundo comum. Independente das visões de mundo, o mundo parece não mais se importar.

As tecnologias digitais se apoiam nessas tendências. Parte-se do princípio de que o usuário fica condicionado a aproveitar o tempo nestas "câmaras de eco", já que isso requer menos trabalho cognitivo. Em seu ensaio de 1998, “Qual tecnologia e qual democracia?” Benjamin Barber (1998) escreveu:

“A digitalização é, literalmente, uma estratégia epistemológica divisiva, até mesmo polarizadora ... Ela cria nichos de conhecimento para nichos de mercado e personaliza dados de maneiras que podem ser úteis para indivíduos mas faz pouco para o terreno comum... obstrui a busca de um terreno comum necessário à democracia representativa e indispensável à democracia forte”.

James Carey (1989, p. 17) descreve que a "visão ritual da comunicação" não se trata do "ato de transmitir informações, mas a representação de crenças compartilhadas". Este ponto esclarece a atratividade exercida pelas câmaras eco, pois “fornecem espaços seguros para compartilhar crenças e visões de mundo com os outros, com pouco medo de confronto ou divisão” e nos permitem performar nossas identidades como moldadas por nossas visões de mundo com outras pessoas que compartilham dessas concepções (WARDLE, DERAKHSHAN, 2017).

Todavia, esse comportamento não é novo, mas as plataformas capitalizaram essas tendências humanas, sabendo que incentivariam os usuários a passar mais tempo em seus sites. Por consequência, os propagadores das desinformações se aproveitam do fato que as câmaras de eco oferecerão terreno fértil para a difusão destas, vez não haverá opositores ou críticos ferrenhos e os membros são propensos a serem receptivos à mensagem e a oferecer uma “leitura crítica "opositiva" (rejeitando a maneira pela qual a mensagem foi codificada) ou "negociada" (aceitando apenas alguns aspectos da mensagem)”. Aumenta-se a probabilidade de que as desinformações sejam propagadas de maneira rápida e absorvidas pelos receptores seguintes, em razão da relação de confiança que permeia o grupo, ainda que haja suspeita de falsidade, o que caracteriza as redes *peer-to-peer* (METZGER et al., 2010).

Como exemplo da amplitude e impacto que as bolhas de filtro e câmaras de eco podem

propiciar, vale apontar a ação da empresa Cambridge Analytica que auxiliou o presidente Trump, no tratamento de mensagens políticas, e se utilizou da construção perfis psicológicos de 220.000.000 de eleitores americanos para combinar e enviar 50.000 mensagens políticas diariamente, personalizadas em razão das características do destinatário (LEISER, 2017). Este trabalho possibilitou que as mensagens pudessem adentrar e proliferar nos ambientes mais controlados e fechados que caracterizam as bolhas de filtro e câmaras de eco.

1.3.3 *Bots, Trolls e Tanques Falsos*

As desinformações criadas requerem a divulgação, em massa, para cumprir sua missão de confundir e/ou enviesar uma discussão. Shao (et al, 2018, p. 6) e outros pesquisadores concluíram que “os clientes que disseminam informações erradas são significativamente, mais propensos a serem bots”, e que os bots são, “particularmente ativos nas fases iniciais de propagação de alegações virais, e tendem a visar usuários influentes” e voltados para “amplificar o alcance das desinformações” (WARDLE, DERAKHSHAN, 2017, p. 37).

Os bots possuem especial “inteligência” para se esquivarem dos algoritmos das plataformas digitais e obterem maior divulgação, agirem como se por usuários humanos fossem (WOOLLEY, HOWARD, 2017), explorarem as vulnerabilidades dos destinatários e provocarem um movimento de massa que dê a sensação aos receptores que as informações foram anuídas por todos (RATKIEWICZ et al., 2011). GU *et al.* (2017, p. 72) acrescenta:

“Uma campanha de propaganda adequadamente planejada é projetada para ter a aparência de pressão de grupo - bots fingindo ser humanos, contas de guru que adquiriram uma reputação positiva nos círculos de mídia social - podem fazer uma história de propaganda de campanha parecer mais popular do que realmente é”

Várias pesquisas acerca dos bots estão sendo realizadas para identificar os seus comportamentos, abrangências e características com o objetivo de buscar formas de controle e inibição de seu uso nocivo como meio artificial de propagação e potencialização de desinformações. Eis algumas conclusões:

- Idiomas não ingleses são monitorados e moderados com mais ineficiência. Esta foi a conclusão a que chegou a OTAN (2017) ao produzir um relatório denominado "Robotrolling". Constatou que 2 de 3 contas do Twitter que versavam mensagens em russo sobre a presença da OTAN nos países bálticos e na Polônia eram bots e que a densidade de bots em contas de Twitter russas era 2 a 3 vezes maiores que em inglês.
- Existência de mercado negro de bots. Ferrara e outros pesquisadores

(FERRARA, 2017) detectou que diversos bots que “apoiam Trump na eleição de 2016 também se engajaram na tendência #MacronLeaks”, tendo pouco se manifestado no período entre os eventos (WARDLE, DERAKHSHAN, 2017, p. 38).

- Contas de alta frequência. O Projeto de Pesquisa de Propaganda Computacional do Instituto de Internet de Oxford (WOOLLEY, HOWARD, 2017) classificou, como contas de alta frequência, aquelas que postavam mais de 50 vezes por dia, dado considerado por Nic Dias (2017) mais útil que a determinação se a conta é falsa ou não. Entretanto, não se pode afirmar que todas sejam bots. Neste sentido, Chu e pesquisadores (CHU et al, 2012) constataram a existência de contas “cyborgs”, constituídas por humanos, mas também operadas por software.
- Base humana organizada, também posta mensagens em grande escala. Grupos organizados, em salas privadas com capacidade de até 50 membros, utilizando o Group Direct Messages do Twitter, com nomes como “Patriots United” e “Trump Train” e utilizando hashtags propagaram mensagens em enorme volume. A participação humana, em dezenas de milhares de tweets por dia foi confirmada em artigo do Político de agosto de 2017 (MUSGRAVE, 2017). Fazer parte de tribo é uma força poderosa e motivadora (WARDLE, DERAKHSHAN, 2017, p. 38), o que explica as motivações sociais e psicológicas dos agentes, em criar e disseminar desinformações.

Os trolls, ofensas públicas a pessoas e instituições, disseminadas na Internet, nasceram quase que, concomitantemente, com a própria rede mundial (DE SETA, 2017). Possuem a característica de ter origem humana, mesmo que oculta, na maior parte das vezes, por trás de pseudônimos, propagam de forma coordenada e coletiva a desinformação, questionam a veracidade de informação e silenciam as postagens verdadeiras, com ataques pessoais aos agentes (WARDLE, DERAKHSHAN, 2017, p. 32). São mecanismos, na forma de “fábrica de trolls”, que, em conjunto com os bots e ciborgues, são utilizados por alguns governos para perseguir alvos determinados nas redes sociais (BENEDICTUS, 2016). Estudos foram realizados para observar estes mecanismos e constataram casos como:

- Gamergate. Alice Marwick e Rebecca Lewis, da Data & Society, produziram um relatório denominado “Media Manipulation and Disinformation Online” acerca do chamado “Gavergate”, uma cruzada de ameaças e perseguição online ocorrida em 2014, em que ativistas, organizados em grupos, promoveram uma “rebelião dos jovens e aversão à 'correção política' para difundir o pensamento

da supremacia branca, a islamofobia e a misoginia através da ironia e do conhecimento da cultura da Internet” (MARWICK, LEWIS, 2107, p. 29);

- Grupos comuns. Ryan Broderick (2017), do BuzzFeed, analisou e detectou grupos de seguidores de Trump, comuns em participação nas eleições francesas em realizarem “ataques ao Twitter”, com o objetivo de influenciar os cidadãos e suas manifestações na rede.
- Ações em multiplataformas. Ao analisar as desinformações produzidas por ocasião das eleições francesas, a Storyful e o Atlantic Council identificaram que mensagens de assédio e intimidação foram disseminadas, tanto em plataformas fechadas quanto abertas. A mesma forma de campanha foi percebida por seguidores do Trump, nas eleições dos EUA, em que trolls anti-Hillary foram propalados em plataformas como o 4Chan e fórum do Reddit, The_Donald e outras redes sociais (SHAFFER, 2017).

Wardle e Derakhshan (2017, p. 37), diante da proliferação dos bots e trolls, manifestaram que, “apesar do compromisso público das plataformas de sufocar contas automatizadas, os bots continuam a amplificar certas mensagens, hashtags ou contas, criando a aparência de certas perspectivas sendo populares e, por implicação, verdadeiras”.

Outro artifício criado para disseminar *fake news* é a constituição de “think tanks” inautênticos, denominados “tanques falsos” que são, na conceituação do grupo Transparify, dedicado a analisar e classificar globalmente a transparência financeira de think tanks (BRUCKNER, 2017),

“entidades essencialmente fictícias criadas intencionalmente para promover a agenda muito estreita e interesses escusos (tipicamente um único) financiador oculto em um extremo, para organizações mais estabelecidas que trabalham com múltiplas questões de política, mas (ocasionalmente ou rotineiramente) comprometem sua independência intelectual e integridade de pesquisa de acordo com as agendas de múltiplos financiadores e interesses adquiridos...” e “aparecem regularmente na televisão, rádio ou em colunas de jornais para argumentar a favor ou contra certas políticas, sua credibilidade reforçada pelo abuso do selo do think tank e títulos de trabalho enganosos como ‘acadêmico sênior’ ”.

A produção de desinformações se tornou também um negócio. Empresas voltadas, exclusivamente, para disseminação de notícias falsas, trolls e todo tipo de informações fabricadas e enganosas têm se dedicado, e o fazem como atividade principal voltada para o ganho financeiro e obtenção de lucros (TAMBINI, 2017). Vários relatos dão conta destes “empreendimentos” há anos:

- Em 2015, Craig Silverman relatou para o Tow Center for Digital Journalism os negócios em profusão realizados nos EUA (SILVERMAN, 2015).

- Em 2016, o site BuzzFeed destacou diversos sites em inglês, mas de origem macedônica, dedicados à produção de histórias sensacionalistas voltadas para público norte-americano (SILVERMAN, ALEXANDER, 2016).
- Em 2017, Subramanian (2017) apontou a cidade de Veles, também, na Macedônia, que produziu, por motivação essencialmente financeira, por meio de publicidade atrelada ao sucesso dos sites,

“um empreendimento de amoralidade fria e pura, livre não apenas de ideologia, mas de qualquer preocupação ou sentimento sobre a substância da eleição. Esses macedônios no Facebook não se importavam se Trump vencesse ou perdesse a Casa Branca. Eles só queriam dinheiro para pagar as coisas.”
- Em 2017, Frederic Filloux (2017) relatou que mais de 600 marcas anunciavam em sites duvidosos. Mesmo sendo alertados por empresas como a startup francesa Storyzy, dedicada a alertar empresas, quando suas marcas são divulgadas nestes tipos de sites, o autor detectou que estas companhias não se importavam com o fato, “desde que o retorno geral do investimento fosse bom”, revelando pouca relevância à ética e à disseminação de desinformações.
- Em 2017, um relatório da Trend Micro (GU et al, 2017) indicou que as mídias sociais estão sendo manipuladas, e que por meio de bots, são criadas “granjas de clics” que deem likes e compartilham mensagens, automaticamente, como forma de impulsionar a popularidade de celebridades, políticos e pessoas que paguem por este ganho artificial de influência digital nas plataformas digitais.

1.4 CONCLUSÃO DO CAPÍTULO

Pelo exposto, no desenvolvimento deste estudo, posso deduzir que se a globalização com as tecnologias digitais possibilitou o ganho de velocidade e ampliação, do comércio, do alcance das transações e da troca de informações, ela trouxe a instantaneidade das mudanças, a insegurança do futuro, a liquidificação das certezas – a sociedade de riscos. As comunidades mais conservadoras e órfãs da globalização, provavelmente, aquelas, majoritariamente interioranas, afastadas das diversidades e pluralidades das metrópoles, com população mais homogênea e de baixa escolaridade, foram expostas à uma ruptura muito abrupta de seus modos de vida, das seguranças que detinham e da forma que procediam e encaravam o mundo, trazidas pelas novas proposições da globalização. Apoiadas nas tecnologias digitais, as mudanças globalizadas trouxeram muitos benefícios, mas também muita instabilidade. Quando confrontada pelas propostas mais liberais, principalmente, no tocante às questões de costumes, estas comunidades parecem-me pouco maduras para o seu enfrentamento, permeáveis e

receptivas às novas concepções progressistas, encampadas pela comunidade ocidental europeia, grandes centros cosmopolitas e abraçada pela esquerda. Causas, como questões de gênero (casamentos homossexuais, liberdades sexuais, etc.), objeção a preconceitos de raça, credo e sociais, aborto, proteção do meio-ambiente, etc. têm forte resistência nestes redutos. É também comum a estas populações a sua dificuldade de adequação aos novos modelos globalizados de mercado. Os centros fabris e de comércio migraram para os locais mais eficientes, economicamente, levados por incentivos governamentais, mão-de-obra mais barata, vocação geográfica, social e lucratividade de grandes corporações. Estamos em plena mudança de plataforma tecnológica, da era da industrialização para a da informação, sem que a maioria da população mundial esteja preparada. Os indivíduos estão sendo induzidos ao consumo de novos produtos e tecnologias sem que haja participação deles no processo produtivo e de geração de riqueza.

Como consequência, houve a estratificação social e a das funções do trabalho. Com a diluição da concentração de empregos, os movimentos laborais, como os sindicatos perderam alcance, importância e representatividade na defesa da população trabalhadora. A riqueza se movimentou e foi concentrada em um contingente menor de detentores, de modo que o distanciamento de classes se aprofundou. A direita se fixou na economia aberta e competitiva de mercado. A esquerda, com a perda de força do braço sindical, focou nos temas ligados aos direitos de liberdade de expressão, de manifestação sexual, social, de gênero e da causa ambiental. Os trabalhadores comuns e ligados à produção industrial ficaram e/ou se sentiram órfãos de representatividade política. Perderam, a um só tempo, os defensores políticos de seus empregadores e de seus empregos.

A aldeia global trouxe problemas e desafios à humanidade que tiveram de ser absorvidos, abruptamente por todos. Dentre eles, surgiu a sociedade de risco, onde as mudanças são constantes, as certezas são frágeis e de rápida obsolescência. A insegurança permeia a todos, mas é mais profunda para os mais vulneráveis e despreparados. Estes estão com a sua sobrevivência e manutenção do padrão de vida comprometidos pela nova dinâmica globalizada, e ainda sendo instigados a processar e a “aceitar” uma escala de valores, bem diferente da sua. O seu chão está se desfazendo e a perspectiva futura é muito inconsistente.

Um grande grupo de excluídos se formou: os conservadores, os de baixa educação, os desempregados ou com os seus empregos ameaçados, os pressionados por uma nova concepção de mundo e valores que não estão preparados para absorvê-los, os pouco instruídos em tecnologia e os antigos excluídos, que não conseguiram superar sua condição. O contingente apartado dos novos ventos da modernidade e expansão dos mercados, culpam o *establishment*,

pela situação em que se encontram. O governo, as grandes corporações e a mídia prometeram uma nova era de prosperidade e acesso a bens, serviços e informações que não se concretizou de forma favorável a este grupo. O sentimento de não pertencimento e de terem sido iludidos em seus anseios foram aflorados.

Em represália, a classe política, jurídica e a imprensa foram culpadas e passaram a ser atacadas e consideradas corruptas e defensoras de seus próprios interesses ou daqueles que podem pagar por suas ações. Os veículos de comunicação, grande fonte de informações, ainda sofreu outro revés, pois com a potencialização e difusão dos celulares, a produção de notícias foi capilarizada, tornando cada cidadão um gerador de informações, na forma de relatos, vídeos e imagens. A proximidade entre os produtores individuais e os consumidores da notícia, a partir de laços de amizade e confiança, elevaram as notícias veiculadas a um patamar de autenticidade e veracidade consensual, em detrimento das notícias da imprensa profissional.

A tecnologia disruptiva das redes sociais digitais, tal qual a imprensa de Gutemberg, se mostrou veículo de disrupção também das hierarquias existentes. Niall Ferguson (2019) alerta que a atual ruptura da rede, assim como a última, pode conduzir a sociedade por caminhos distópicos, previsíveis, com notícias falsas e visões extremas, que podem levar à sociedade tanto para baixo, para sua destruição ou nos conectar e trazer algo benigno, com a ruptura da ordem hierárquica. A característica descentralizada das redes, permite que elas se adaptem, evoluam e serem criativas, mas não são, facilmente, direcionáveis a um objetivo comum. As redes tanto podem, naturalmente, compartilhar a sabedoria do povo e boas ideias quanto más sugestões ou promover caça às bruxas. Ferguson (2019) identifica que os grandes desenvolvimentos da história ocorreram, quando as redes sociais, formadas pela comunicação escrita e impressa, desafiaram as hierarquias, tal qual as plataformas digitais e as redes sociais digitais estão promovendo uma revolução, ainda maior que as anteriores, sem que se saiba se para o bem ou para o mal. Tal qual nas guerras santas, estamos nos digladiando em guerras de palavras, na polarização política e no isolamento das tribos a ponto de estarmos, constantemente, lutando para que as virtudes das forças da liberdade, da abertura e da comunidade global, oportunizadas pela Internet, se façam prevalecer contra as forças do autoritarismo, do isolacionismo e do nacionalismo que as redes também fomentam.

As plataformas digitais, principais veios de acesso às informações, pessoas e comunidades na Internet, com o objetivo de maximizar os lucros, instituíram perfis e algoritmos de seleção de dados que formam bolhas de filtro (*filter bubbles*), onde as tribos de interesses comuns ficam segregados, reproduzindo, em câmaras de eco os assuntos e visões daquele grupo. Os muros e trincheiras que separavam os grupos ficaram mais evidentes e

intransponíveis. As informações, noticiadas pela imprensa, que por serem oriundas do *establishment* são desacreditadas, não mais são disseminadas no âmbito das bolhas, pois ali só ecoam as mensagens que coadunam com o pensamento e viés majoritário do grupo. Criou-se o ambiente perfeito para a radicalização, a polarização, o negacionismo, a antiglobalização e o protecionismo, que caracterizam a desglobalização, o surgimento de líderes populistas e a potencialização das *fake news*.

As *fake news* são, neste contexto, excetuando as que procuram apenas o choque e impacto ou munição de rixas entre indivíduos e grupos, ações antissistêmicas, enviesadas em narrativas de desconstrução, negacionistas das situações e instituições vigentes. Sejam as mensagens, que propagam os discursos de ódio, a oposição às vacinas, à causa ambientalista, ao processo eleitoral e à cientificidade do mundo atual, há uma evidente oposição ao *establishment*. A desglobalização é a expressão do descontentamento e descrédito, nas instituições contemporâneas, da repulsa dos excluídos, com os efeitos da economia mundial de mercado e do desconforto com os valores liberais e progressistas, advindos e propagados pelo *mainstream* da globalização.

Traçando um paralelo da situação atual com as revoluções populares, as *fake news* são as armas de guerrilha, os coquetéis molotov digitais incendiários constituídos para fustigar o *establishment*. As plataformas, por sua vez, são os veículos e pontes de lançamento dos artefatos bélicos das *fake news*. São os vendedores e fabricantes de armas, que lucram com a guerra. Como em toda revolução, a população revoltosa é massa de manobra para que os líderes oportunistas e inescrupulosos a utilizem para tomar o poder. A produção em série (*bots*) de armas (*fake news*), construídas com precisão e alcance (algoritmos e IA) pelos fabricantes de armas (plataformas digitais), são utilizadas por líderes carismáticos e populistas, aspirantes e/ou detentores do poder, contra o sistema posto, com a intenção de desconstruí-lo para em seguida assumi-lo e/ou mantê-lo sob os seus jugos.

Como em todas as revoluções, a desglobalização possui, em seu âmago, uma manifestação justa dos oprimidos, que mobiliza a sociedade, mas exacerbada na violência das ações e na forma de expressão. E ainda, é um movimento que induz a consequências imprevisíveis e ameaça valores e instituições caras à sociedade, como a democracia, a liberdade e a dignidade humana.

Tal como o coquetel molotov, as *fake news* desglobalizantes são instrumentos ilegítimos, repulsivos e não condizentes com qualquer padrão civilizatório mais apurado. São condenáveis a sua produção e disseminação. É “delito agravável”, quando disparados em série, com claro objetivo de impor uma narrativa falsa, influenciar pessoas, mediante ludibriação e

corromper a democracia com o aporte financeiro para as impulsionar, por meio de *bots*, uma desinformação, em escala industrial, desequilibrando a balança de forças do ambiente democrático.

Além de ameaçar a democracia, as *fake news* induzem ações nocivas ao cidadão e à coletividade, cometidas por aqueles que se fiaram na desinformação. A negação de certezas científicas, como dos benefícios da vacinação ou das ameaças ao aquecimento global, produz atitudes que produzirão efeitos nocivos àqueles que as praticam, às suas famílias, à comunidade e à sociedade como um todo. Com bem ressalta BECK (2007), o dano local ao meio ambiente, por exemplo, dispara uma reação em cadeia que pode afetar e colocar em risco a todos no planeta. A globalização e o movimento de desglobalização são controversos, pois produzem ganhadores e perdedores, benefícios e perdas, proporciona mudanças úteis a muitos e retrocessos reconfortantes a outros, respectivamente.

Neste contexto, vale rememorar as posições de Harari (2018), que apesar da sensação de inevitabilidade que transparece em suas afirmações contundentes, quanto à impossibilidade de eliminar as falsas narrativas, ele reconhece a seriedade e complexidade do fenômeno das *fake news*, que é de difícil solução, pois causa muito sofrimento real às pessoas, requer grande esforço para “distinguir a realidade da ficção” e transcende a visão polarizada e binária de que, necessariamente, oscilamos entre a “pureza imaculada contra o mal satânico” (p. 301). Oferece ainda, 2 regras para se evitar a contaminação (lavagem cerebral) pelas desinformações: pague pela informação que consuma e aprofunde os conhecimentos científicos, nos assuntos de interesse. Nesta perspectiva do historiador, sua visão não deixa de ter razão, em suas proposições, de que a coesão da sociedade e a estabilização do poder, entre os homens, sempre se deu entre um “equilíbrio, entre a verdade e a ficção” (p. 296), sendo que nunca se pode prescindir desta última, para pacificar os povos, garantir lealdades e controlar o mundo.

2 DAS GARANTIAS FUNDAMENTAIS E DA REGULAÇÃO

Uma vez conhecidos o comportamento, abrangência, composição e das interações com os movimentos sociais das *fake news*, é importante identificar como este fenômeno cria impactos e afrontas às garantias fundamentais, pois reside, neste ponto, o grande risco e malefício das desinformações, a ser debatido neste capítulo.

Também será introduzida a questão da regulação da Internet, como elemento fundamental, para reprimir a proliferação das *fake news* e proteger os direitos fundamentais, vitimados pelas desinformações. Surge, neste ponto, a identificação pela teoria de

ciberregulação de comunitarismo de rede proposta por Andrew Murray, como modelo escolhido, que modula este trabalho, para enfrentar os desafios impostos pelo ambiente do ciberespaço e, em particular, das *fake news*.

Neste tópico, deverão ser destacados os conflitos gerados pelas interseções dos direitos fundamentais, que permeiam as disputas, geradas pela implementação da revolução digital contemporânea. Valores caros à sociedade, como da verdade, garantias fundamentais da dignidade humana, privacidade, direito de expressão, democracia e soberania, requerem que sua abrangência seja mais bem delineada por meio de estudo e conceitualização, de forma que sejam mais aprofundados.

Será apresentado um panorama das teorias regulatórias do ciberespaço para expor como foram debatidas e construídas as concepções, que procuram dar limites ao ambiente da Internet com o objetivo de proteger os seus usuários, a sociedade, suas instituições e os seus direitos mais essenciais. Em particular, será discorrido sobre o comunitarismo de rede de Murray, que norteia este trabalho. Esta teoria, como se verá mais à frente, concebe um ambiente regulatório autopoietico, idealizado por Luhmann (MURRAY, 2007), que, em apertada síntese, se autotransforma a medida transforma a realidade, em ajustes e interações internas contínuas.

A teoria não criou um modelo operacional regulatório estanque, pois foi imaginado um ambiente dinâmico sujeito a ser moldado pelas forças internas que o sustentam. Neste capítulo, ao debater os impactos das *fake news* nos direitos fundamentais, fez-se questão de trazer diversas concepções e olhares para estas garantias e de como elas estão sendo ameaçadas, para notabilizar a importância dos direitos e destes movimentos agressivos, por ângulos diferentes. Não se preocupou na escolha e adoção de uma linha coerente de autores, que dialoguem em mesma direção ou que estivessem, de alguma forma, vinculados à teoria de Murray. Buscou-se, com certa cautela, a multiplicidade de visões, de alguns acadêmicos e juristas, por entender-se que este ambiente concebido terá de acomodar, de alguma forma, as diversas variedades conceituais e de posicionamentos. Tanto no âmbito nacional, quanto internacional, as decisões judiciais e os argumentos de estudiosos expõem o conflito de opiniões e percepções da realidade e das leis, em direções distintas, mas todas estão em debate no ambiente regulatório do comunitarismo de rede. A paleta de vertentes que apontam definições, causas, efeitos e a problemática acerca dos direitos fundamentais, e como eles estão sendo agredidos e quais os remédios a serem adotados, forma um panorama mais preciso da questão e dá a dimensão dos danos possíveis, impostos pelas *fake news*. Neste ponto do trabalho, busca-se fazer brotar os pensamentos que serão combustíveis para as forças internas do ambiente regulatório de Murray, se movimentarem e reagirem. O consenso é muito pouco provável que ocorra, tanto entre os

estudiosos, quanto aos integrantes das forças que atuam no esforço ciberregulatório. Não se busca aprofundar nas discussões, sobre os direitos fundamentais, pois o objeto não seria exatamente este, e o manancial de pontos a serem estudados daria azo a outras dissertações e teses ainda mais complexas que esta.

Procurar-se-á também discutir temas como: a forma em que os modelos de monetização e sustentação das plataformas de motores de busca e redes sociais se apoderam de dados pessoais, em troca dos serviços gratuitos que oferecem, mas que atentam contra a privacidade; se o uso indiscriminado, não regulamentado ou conhecido dos perfis gerados, a partir da coleta massiva de dados personalísticos, retroalimenta a produção e direcionamento das informações; e se a privacidade está sendo moldada em novos patamares, ora alargando ou restringindo os seus limites, seja pelas novas legislações que estão sendo aplicadas (GPDR, Lei de proteção de dados, etc.), seja pela negociação consciente, ou não, promovida pelos algoritmos das plataformas tecnológicas.

Propagar informações, opiniões e visões tendenciosas da realidade se constituem um direito inalienável ou uma responsabilização a ser imputada? O limiar é tênue entre muitos dos direitos fundamentais e, na maioria das vezes, sobrepostos.

Serão destacadas, também, as eleições dos EUA e da França, em que haveriam claras interferências, por meio de ações deliberadas de produção de *fake news*, promovidas por países diversos (suspeita-se principalmente da Rússia e China), com o intento de influenciar os resultados. Tanto a democracia, quanto a autonomia destes países, teriam sido afetadas. Ao desvirtuar o livre convencimento de um povo estrangeiro, haveria a maculação e manipulação da democracia, bem como, da soberania daqueles países. Uma disputa internacional está sendo travada com um arsenal de armas tecnológicas inovadoras. Alianças e composições políticas e institucionais inéditas estão sendo formadas para enfrentar uma guerra subterrânea, onde, simultaneamente, a informação é o projétil e o alvo a alcançar.

Em especial, deve-se dar especial atenção às plataformas digitais e gatekeepers, que se constituem uma das forças regulatórias de Murray, hoje detentoras de enorme poder de atuação no ciberespaço, agindo ora como elemento regulador, ora como difusor e estimulador da formação de núcleos de desinformações, com potencial de alto impacto na sociedade.

2.1 IMPACTOS NAS GARANTIAS FUNDAMENTAIS

A questão das *fake news* está a povoar as discussões mundo a fora, por ser um mecanismo novo de disseminação em grande escala de notícias falsas, dúbias ou intencionalmente mal formuladas, com requintes impulsionados por potentes recursos digitais

e o intuito de prejudicar, difamar ou confundir a opinião sobre determinada pessoa, entidade ou posição política. O fenômeno se tornou mais visível a partir da sua identificação na influência de processos eleitorais do Brexit, do Presidente Trump nos EUA e, ainda passível de apuração, do Presidente Bolsonaro.

Entendo que estão em embate valores constitucionais caros à sociedade brasileira, e que o ainda fenômeno das *fake news* não foi, ampla e frontalmente, discutido especificamente pelo Supremo Tribunal de Federal. Várias decisões abordaram o tema, de forma tangencial, pois se discutiu a liberdade de imprensa, calúnias, difamações, a formação da CPI, no Congresso sobre a questão, ou se ativeram nas questões processuais, sem que o plenário tenha se debatido acerca da modulação, sobre direitos da liberdade de expressão, democracia e bens de personalidade da proteção dos direitos vindicados à luz das *fake news*²⁴. Estamos testemunhando um choque entre privacidade, democracia e liberdade de expressão, um conflito entre dois valores importantes que são essenciais para nossa autonomia, autodesenvolvimento, liberdade e dignidade humana.

O direito à liberdade de expressão está estampado no artigo 19 da Declaração Universal dos Direitos Humanos, de 10 de dezembro de 1949: “Todo ser humano tem direito à liberdade de opinião e expressão; este direito inclui a liberdade de, sem interferência, ter opiniões e de procurar, receber e transmitir informações e ideias por quaisquer meios e independentemente de fronteiras” (ROMANINI, MIELLI, 2019, p. 37). A liberdade de expressão é um direito consagrado pela Constituição Brasileira de 1988 e, explicitamente, conformada pelo conjunto dos arts. 5º, incisos IV, V, IX e XIV e art. 220. Este direito fundamental é também expressamente, concebido pela Declaração Americana dos Direitos e Deveres do Homem²⁵, o Pacto Internacional de Direitos Civis e Políticos (PIDCP)²⁶, a Carta Democrática

²⁴ MS 35833 / DF (Min. Gilmar Mendes), MS 36560 / DF (Min. Ricardo Lewandowski), Pet 8069 / SP (Min. Ricardo Lewandowski), Rcl 33040 MC / AM (Min. Alexandre de Moraes), Rcl 22328, (Min. Roberto Barroso), Rcl 25.075 (Rel. Min. Luiz Fux), Rcl 28.747-AgR, dentre outros

²⁵ Art. IV: Toda pessoa tem direito à liberdade de investigação, de opinião e de expressão e difusão do pensamento, por qualquer meio.

²⁶ Artigo 19: “1. Ninguém será molestado por suas opiniões. 2. Toda pessoa terá direito à liberdade de expressão; esse direito incluirá a liberdade de procurar, receber e difundir informações e ideias de qualquer natureza, independentemente de considerações de fronteiras, verbalmente ou por escrito, em forma impressa ou artística, ou por qualquer outro meio de sua escolha. 3. O exercício do direito previsto no parágrafo 2 do presente artigo implicará deveres e responsabilidades especiais. Consequentemente, poderá estar sujeito a certas restrições, que devem, entretanto, ser expressamente previstas em lei e que se façam necessárias para: a) assegurar o respeito dos direitos e da reputação das demais pessoas; b) proteger a segurança nacional, a ordem, a saúde ou a moral públicas

Interamericana da Organização dos Estados Americanos²⁷ e pela Convenção Americana sobre Direitos Humanos (Pacto de San José da Costa Rica), que rechaça a censura prévia e consagra que as responsabilidades pelos excessos devem ser arcados, posteriormente, tendo lei prévia que as regulem²⁸.

Para o contexto epidêmico das desinformações, convergem discussões, acerca dos valores constitucionais e sociais a serem protegidos, como liberdade de expressão, democracia, privacidade, justiça, igualdade, moralidade, etc., pois se situa em grandes áreas de interseção na defesa deles. Se por um lado, no entender de EMERSON (1963, p. 881), a liberdade de expressão é um fim em si mesmo, sendo um valor essencial e imprescindível para alcançar outros valores, como a justiça ou igualdade, sendo “uma extensão da própria democracia” (Whitney v California, 274 US 357 (1927), 375-8) (MURRAY, 2013, p. 123), a proliferação das *fake news* pode ser um risco ao processo democrático, à harmonia social, à saúde pública, à igualdade de raça, origem, cor e opção sexual (DREXL, 2017; FUX, 2018; FUX, 2020).

2.1.1 Dos direitos à liberdade de expressão, de informação e da privacidade

Guilherme Pinheiro (2020, p. 12) ensina que o corolário vigente de que a Internet desintermediaria o emissor e o receptor da informação, não se confirmou, pois a Internet se transformou no próprio intermediário. Cita que no século XX tínhamos, como intermediários centrais e poderosos, as empresas cinematográficas, imprensa escrita, rádio, TV e editoras de livros, que monopolizavam a produção e divulgação da informação. A partir do século XXI, o surgimento das plataformas digitais, principais canais de disseminação da informação, mudou a dinâmica do fluxo de conteúdo, possibilitando que os usuários “publiquem o que desejam

²⁷ Art. 4º: São componentes fundamentais do exercício da democracia a transparência das atividades governamentais, a probidade, a responsabilidade dos governos na gestão pública, o respeito dos direitos sociais e a liberdade de expressão e de imprensa.

²⁸ Art. 13:

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

(Blogger, Tumblr, Twitter), mandem e-mails e mensagens privadas (Gmail, Yahoo!, Mail), façam upload de conteúdos (YouTube, Pinterest), compartilhem conteúdos (Facebook) e encontrem o conteúdo que desejem (Google, Bing)”.

A liberdade de expressão, tradicionalmente, constitui uma liberdade negativa, que busca impedir que, principalmente, o Estado possa direta ou indiretamente coibir a manifestação do pensamento. Pinheiro (2017, p. 86) resume que o direito de informação pode ser transmutado, em liberdades negativas ou positivas, constituindo de três níveis:

- (i) o direito de informar, que se manifesta na liberdade de transmitir ou comunicar a outrem, de natureza negativa, ou no direito aos meios para informar, de natureza positiva;
- (ii) o direito de se informar, que consiste na liberdade de recolher informação, de procurar suas fontes e de não ser impedido de se informar; e
- (iii) o direito a ser informado, que é o lado positivo do direito a ser informado, de maneira adequada e verdadeira, pelos meios de comunicação e pelos poderes públicos

Merece, aqui, transcrever a visão do jurista José Melo Alexandrino, que entende que a proteção da liberdade de expressão envolve (PINHEIRO, 2017, p. 87, 88):

- (i) o direito de não ser impedido de se exprimir ou divulgar, pelos meios a que tenha acesso, ideias e opiniões. Aqui, aparentemente, não se incluem os meios a que não se tem acesso, ou os meios cujo acesso é por demais oneroso ao comunicador, que não tem condições financeiras de obtê-lo;
- (ii) a liberdade de comunicar ou não comunicar o pensamento;
- (iii) uma pretensão à expressão, por meio da remoção de obstáculos. não razoáveis ao acesso e à utilização de diversos meios e da remoção de obstáculos à própria viabilidade da recepção de mensagens. E o que o autor chama de máxima expansão das possibilidades de expressão. Nesse ponto, fica clara a relação da liberdade de expressão com as ações de bloqueio ou degradação do tráfego de dados na Internet;
- (iv) pretensão de proteção contra ofensas provenientes de terceiros.

O direito à liberdade de expressão se entrelaça com os três níveis do direito da informação: o direito de informar, o direito de se informar e o direito a ser informado. Karpen (PINHEIRO, 2017, p. 90) afirma que a liberdade de expressão é um “um direito defensivo, com um componente democrático”, mas que não garante ao indivíduo o direito de lhe conceder os meios de expressão, como a mídia, plataformas, audiências, sob o risco de enfraquecer a livre iniciativa e o direito de propriedade. Trata-se de direito “à preservação da opinião, da expressão e da informação, que se exteriorizam por meio de um meio de comunicação” (p. 91). De mesma forma, o direito de se informar busca garantir a liberdade do cidadão de procurar, por formas de recolher as informações, não impõe responsabilidade ao Estado de prover toda sorte de meios e fontes a ele. Quanto ao direito de ser informado, diz respeito à “maneira adequada e verdadeira pelos meios de comunicação e pelos poderes públicos”. Neste sentido, recai aos provedores de

acesso e às plataformas, por extensão, a responsabilidade de bloquear informações falsas, “numa conduta não neutra, de modo a impedir a deturpação do direito de ser informado”. No tocante à disseminação de notícias falsas, “especialmente a danosa socialmente”, Pinheiro entende que não se pode “prolongar sem punição” (p. 93). Entretanto, citando o professor David Richards, da Universidade de Nova York, Guilherme Pinheiro alerta para o destaque de amplas garantias à liberdade de expressão, em face de outros direitos fundamentais, frente ao “risco de se entregar ao Estado o poder de discernir o que é e o que não é verdadeiro e, portanto, tributário de ser livremente expressado” (p. 92). Conclui que o direito à informação sofreu “mutações profundas” e que “a informação e a comunicação continuam regidas por um princípio geral de liberdade, a realização e a concretização desses dois elementos nucleares na realidade dependem e são tributárias da liberdade econômica” (p. 94).

Pressupõe-se que, para o exercício das liberdades de comunicação, haja abertura e multiplicidade de oportunidades de diferentes opiniões nos canais de comunicações, cabendo ao Estado “o papel de protetor e promotor de um "programa de abertura comunicativa competitiva", resguardando a "esfera de liberdade", que abarca as esferas de justiça e de neutralidade” (PINHEIRO, 2017, p. 106). De acordo com o professor Jónatas Machado (2002), o direito da liberdade de expressão, em sentido amplo possui quatro dimensões fundamentais: a histórica, a teórica, a substantiva e a estrutural. Tais dimensões têm correlação com o desenvolvimento deste direito fundamental no âmbito da Internet. Pinheiro indica que a perspectiva histórica mostra uma tendência de o Estado exercer maior controle sobre a Internet, mesmo com o surgimento de resistências, o que coloca em risco as condições que fomentaram o seu surgimento e desenvolvimento, como “espaço público de discussão, protetor e beneficiário, em larga medida, dos direitos de liberdade de expressão” (PINHEIRO, 2017, p. 116).

A dimensão teórica tem por base a concepção de sistemas e comunicação de Niklas Luhman (2009, p. 306) que identifica a sociedade como uma “autopoieses do sistema mesmo da comunicação”, que interliga os vários subsistemas sociais e possibilita a “participação dos indivíduos no seu funcionamento”. Desta teoria, decorre a noção de que a regulação dos meios de comunicação social, e a Internet, em particular, “não pode nem deve asfixiar a sociedade, o sistema de comunicação, nem muito menos os subsistemas que dele dependem” (PINHEIRO, 2017, p. 120). Já a dimensão substantiva da liberdade de expressão diz respeito com a realidade jurídico-dogmática subjacente. Nesta perspectiva, vários institutos legais correlacionam a liberdade de expressão à busca pela verdade e conhecimento, elemento do “processo democrático, de autonomia e realização pessoal do indivíduo, numa proteção que se estende ao

discurso político, religioso, acadêmico, publicitário e outros” (cartas brasileira e portuguesa), sem que o Estado venha a interferir nos conteúdos das comunicações (regulamento da União Europeia), desde que sejam lícitos (regulação norte-americana e da EU) (PINHEIRO, 2017, p. 123). Jónatas Machado (2002) indica que o fenômeno da digitalização e convergência tecnológica está fazendo com que os “cenários das comunicações, seja pela maior capacidade de internacionalização, seja pela maior diversidade de serviços, desembocando num panorama mais voltado à noção de um mercado livre de ideias” (PINHEIRO, 2017, p. 131).

No tocante à dimensão estrutural da liberdade de expressão, na Internet, examinam-se as disposições hierárquico-institucionais colocadas à disposição pelo Estado para assegurar a fruição deste direito fundamental. No conjunto de mecanismos regulatórios que vem a proteger a liberdade de expressão na Internet, muitos estão sob responsabilidade dos atores e detentores privados da rede. No entender de alguns doutrinadores, tais incumbências devem ser consideradas, para efeitos legais, “como bens do próprio Estado, devendo se portar, agnosticamente, em relação aos vários discursos protegidos pela liberdade de expressão”. Tais crenças induzem uma estatização do poder sobre a rede, delegando “ao Estado o poder de discernimento entre o que deve ou não compor o conteúdo ou expressão, juridicamente protegido”, o que se afasta dos modelos políticos ocidentais de comunicação, que preconizam há séculos, o distanciamento da liberdade de discurso do controle estatal (PINHEIRO, 2017, p. 139-140).

Avaliando como o discurso das pessoas era controlado na fase “pré-Internet”, Pinheiro (2020, p. 13) identificou os seguintes meios:

- (i) Multas;
- (ii) Penas criminais (injúria, calúnia e difamação);
- (iii) Liminares;
- (iv) Emissão de licenças ou autorizações prévias;
- (v) Responsabilização civil;
- (vi) Tributação.

Em contraste, o discurso na era “pós-Internet” se controla, regulando (PINHEIRO, 2020, p. 15 e 16):

- (i) Empresas de telecomunicações e que proveem a infraestrutura de banda larga;
- (ii) Serviços de hospedagem de sites;
- (iii) Registros de domínios de nomes;
- (iv) Ferramentas de Busca na Internet;
- (v) Plataformas de mídias sociais;

- (vi) Sistemas de pagamentos (Paypal, Visa, etc.);
- (vii) Anunciantes e publicidade online;
- (viii) Serviços de Armazenamento em nuvem;
- (ix) Tablets, Smartphones, PCs, impressoras;
- (x) Aplicações de software (Android, iOS, etc.);
- (xi) Redes e sistemas de câmeras, reconhecimento facial, etc.

Diante dos inúmeros pontos de controle a serem implementados para se monitorar a manifestação da expressão, Pinheiro aponta que “é muito mais fácil controlar os Gatekeepers”, compostos de moderadores de conteúdo específicos (micro-gatekeepers), redes sociais, portais e produtores de conteúdo (authority gatekeepers) e ISPs (provedores de acesso), plataformas digitais e mecanismos de buscas (macro-gatekeepers), representados no diagrama, a seguir (PINHEIRO, 2020, p. 17):

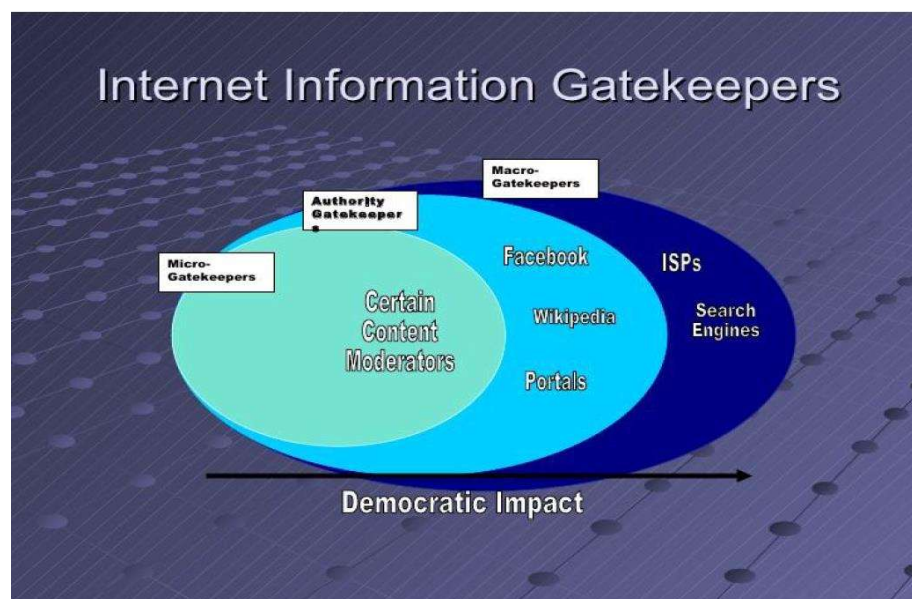


Figura 21 - Internet Information Gatekeepers (PINHEIRO, 2020, p. 17)

Pinheiro (2020, p. 19) lista as diferenças paradigmáticas da manifestação da liberdade de expressão tradicional e na era da Internet e as respectivas escolas de regulação do discurso (Old School e New School) aplicáveis (2020, p. 18):

Liberdade de Expressão Tradicional	Liberdade de Expressão na Internet
Discurso era bem escasso	Discurso não é mais escasso
Censura advinha do Estado	Censura advém do Estado e de pessoas Privadas
O alvo eram os oradores.	Os alvos são os receptores da Informação

O objetivo era impedir o discurso em si	O objetivo é diluir o discurso objeto de “censura” (flooding).
Os métodos eram principalmente impedir o conteúdo de alcançar o interlocutor.	Há novas formas e estratégias de impedir a livre expressão (troll armies, shadow banning, etc).

Tabela 2 - Quadro comparativo das Liberdades de Expressão Tradicional e na Internet – Fonte: PINHEIRO. 2020, p. 19

Old School Speech Regulation	New School Speech Regulation
Concentrava-se sobre: (i) os emissores da mensagem; e (ii) sobre donos das mídias tradicionais;	Concentra-se sobre os donos da infraestrutura digital;
Ênfase na regulação ex-post;	Ênfase na regulação ex-ante; filtros de conteúdo;
	Criação de estímulos à autorregulação;
	Vinculado ao uso de técnicas de vigilância digital associadas ao Estado e entes privados.

Tabela 3 - Quadro comparativo da Regulação Old School e New School – Fonte: PINHEIRO. 2020, p. 18

Guilherme Pinheiro (2020, p. 20) identifica que a mudança nas formas de encarar e controlar as liberdades de expressão, produziu:

- Queda de barreiras de entrada (cheap speech) e abertura de novas opções e formas de expressão;
- Os baixos custos da expressão tornam mais fácil o uso do discurso, como “armamento” (weaponization of speech);
- Usa-se a própria livre expressão para atacar, intimidar, perseguir e silenciar o discurso de opositores;
- A doutrina tradicional da liberdade de expressão parece despreparada para enfrentar a situação.

Em conclusão, Pinheiro aponta dois caminhos para tratar e regular os afrontes à liberdade de expressão (2020, p. 23):

- Assumir as limitações atuais do direito fundamental à liberdade de expressão em lidar, perfeitamente, com essa nova realidade, utilizando apenas mecanismos já existentes (MCI, calúnia, injúria, difamação, indenização por danos morais e materiais etc.) para tentar minimizá-la; ou
- Elaborar novos instrumentos legislativos ou regulatórias, que facilitem o combate aos efeitos perniciosos dessa nova realidade, sem afetar, ou afetando, minimamente, a liberdade hoje existente.

2.1.2 Do Mercado das Ideias e a influência da Primeira Emenda

Thomas Emerson (1963), em trabalho sobre a Primeira Emenda nos Estados Unidos, explicou que a teoria do “mercado de ideias”, foi concebida pelo juiz da Suprema Corte Americana, Oliver Wendell Holmes, em 1919. Esta teoria requer que, independentemente da opinião majoritária, as discussões devem ser mantidas, pois uma posição pode estar equivocada e precisa ser contrastada, não importando até “o quão falsa ou perniciosa a nova opinião aparenta ser”, vez que a sua mera manifestação força o exercício de repensar e retestá-la, até que se obtenha um pleno e profundo conhecimento das razões e significado da visão dominante. Esta teoria tomou relevância a ponto de a Suprema Corte americana ter reconhecido que não há notícia falsa, visto que em razão da Primeira Emenda, a sua veracidade deverá ser determinada não pela “consciência dos juízes e jurados, mas a competição com outras ideias” (Gertz v. Robert Welch, Inc., 418 U.S. 323, 1974) (BARROSO, 2018).

Em alinhamento com esta posição mais libertária e menos regulatória, a Ministra Rosa WEBER (2020) ao relatar um voto em recurso, que versava sobre a questão da liberdade de imprensa, citou as palavras de Anthony Lewis (2013), emérito professor da Escola de Direito de Harvard que afirma que “liberdade para dizer e escrever o que se quer é uma necessidade inescapável da democracia”. Em ato contínuo, a Ministra lembra da manifestação do então Chefe do Poder Judiciário da Inglaterra, Lord Chief Justice Harry K. Woolf, em 2002, no sentido de que os juízes: “não devem agir como censores ou árbitros do bom gosto. (...) O fato de a publicação adotar uma abordagem mais sensacionalista do que o tribunal consideraria aceitável não é relevante”.

Reverbera, em mesmo sentido, Ronald Dworkin (1996) que julga um insulto aos cidadãos quando o Estado não confia nos seus discernimentos para identificar a verdade e se deixar dissuadir por posições perigosas ou ofensivas, devendo todos os discursos serem protegidos, por mais virulentos que se apresentam (OSÓRIO, 2017). Esta linha de pensamento também encontra eco na jurisprudência brasileira, quando do julgamento da ADI 4.815 a Ministra Carmen Lúcia concebeu que a liberdade de expressão possa não ser infalível e que “há que se permitir o erro, para buscar-se o acerto. E garante-se a reparação sem tolher-se o direito do outro”²⁹ (STF, 2016).

Daniel J. Solove (2007) em artigo “*The Future of Reputation Gossip, Rumor, and Privacy on the Internet*” entende ser uma abordagem autoritária, aquela que envolva restrições diretas à expressão da Internet, por ser muito opressiva e sufocante para a liberdade de

²⁹ STF, DJe 01 fev. 2016, ADI nº 4.815, Rel. Min. Carmen Lúcia. Voto do Min. Luís Roberto Barroso

expressão, mesmo entendendo que esta não é absoluta e deve ser equilibrada com o direito e interesses de privacidade. Andrew Murray (2013) aponta, em mesmo diapasão, quando analisa a Primeira Emenda da Constituição dos EUA, que muitos estudiosos argumentam que “a liberdade de expressão é vital para o funcionamento de uma democracia deliberativa moderna: em uma escola de pensamento que espelha os fundamentos do sistema contraditório, praticado na *common law*”. Chama atenção que o princípio da liberdade é irrestrito, e “uma extensão da própria democracia”, sendo, claramente destacado no julgamento de Justice Brandeis, no caso da Suprema Corte dos EUA de *Whitney vs California*, no qual ele disse (MURRAY, 2013, p. 123. Tradução livre):

Aqueles que conquistaram nossa independência acreditavam que o fim final do Estado era tornar os homens livres para desenvolver suas faculdades, e que, em seu governo, as forças deliberativas devem prevalecer sobre o arbitrário. Eles valorizavam a liberdade como um fim e como um meio. Eles acreditavam que a liberdade era o segredo da felicidade e a coragem de ser o segredo da liberdade. Eles acreditavam que a liberdade de pensar como você quiser e de falar como você pensa são meios indispensáveis para a descoberta e disseminação da verdade política; que, sem liberdade de expressão e reunião, a discussão seria fútil; aquele, com eles, a discussão permite uma proteção ordinariamente adequada contra a disseminação da doutrina nociva; que a maior ameaça à liberdade é um povo inerte; que a discussão pública é um dever político e que este deve ser um princípio fundamental do governo americano (*Whitney v California*, 274 US 357 (1927), 375-8).

Segundo o sociólogo e filósofo alemão Jurgen Habermas (1962), para que se tenha esfera pública saudável, essencial para a democracia, onde as questões sociais são discutidas e a opinião pública é formada, e constituída de espaços compartilhados, reais, virtuais ou imaginários, ela deve ser inclusiva, representativa e caracterizada pelo respeito ao argumento racional (WARDLE, DERAKHSHAN, 2017).

O Min. Luís Roberto Barroso³⁰ defende que a liberdade de expressão é componente da dignidade humana, vez que possibilita que as pessoas se manifestem suas ideias, opiniões e posicionamentos, sem serem reprimidas e ainda, possam conhecer das posições dos demais, sendo condição básica para que o indivíduo possa exercer sua autonomia, formar um juízo próprio, cooperar e realizar-se.

O Marco Civil brasileiro da Internet, Lei nº 12.965/2014, em seus arts. 2º, inc. II, III e IV, art. 3º, inc. I, IV e VI, e art. 4º, inc. II, estipula que o uso da Internet no Brasil, tem como fundamento o respeito à liberdade de expressão, comunicação e manifestação de pensamento, nos termos da Constituição Federal; os direitos humanos; o desenvolvimento da personalidade e o exercício da cidadania em meios digitais; a pluralidade e a diversidade; a proteção da

³⁰ Idem

privacidade; e o direito ao acesso à informação, ao conhecimento e à participação na vida cultural e na condução dos assuntos públicos.

Robert Dahl considera que “os cidadãos devem ter acesso então a fontes alternativas de informação que não estão sob o controle do governo ou dominadas por qualquer outro grupo ou ponto de vista” (DAHL, 1998, pp. 97-98, *apud* CAMPINHO, 2019, p. 245). Em julgamento da ADPF 130/DF, o Relator Ministro Ayres Britto (2009), analisando a liberdade da imprensa, equaliza as mensagens divulgadas, por meio da Internet, às prerrogativas do jornalismo tradicional ao assim se manifestar (grifos nossos):

Não há liberdade de imprensa pela metade ou sob as tenazes da censura prévia, inclusive a procedente do Poder Judiciário, pena de se resvalar para o espaço inconstitucional da prestidigitação jurídica. **Silenciando a Constituição quanto ao regime da Internet (rede mundial de computadores), não há como se lhe recusar a qualificação de território virtual livremente veiculador de ideias e opiniões, debates, notícias e tudo o mais que signifique plenitude de comunicação.**

No seu voto, acrescenta as palavras do Ministro Celso de Mello, em mesmo toar: “a censura governamental, emanada de qualquer um dos três Poderes, é a expressão odiosa da face autoritária do poder público”. Em mesma direção, a Ministra Rosa Weber (2020), em voto de sua relatoria, assim manifesta, acerca do tema, pontuando que (grifos nossos):

19. (...) É sinal de saúde da democracia – e não o contrário – que os agentes públicos e privados, sempre que presente o interesse público, sejam alvos de críticas dessa natureza, no uso das amplamente disseminadas ferramentas tecnológicas de comunicação em rede.

20. Nesse contexto, resalto que afirmações destemperadas, descuidadas, irrefletidas e até mesmo profundamente equivocadas são inevitáveis em um debate. A livre circulação do pensamento enseja o florescimento das ideias tidas por efetivamente valiosas ou verdadeiras, na visão de cada um. Àquelas manifestações indesejáveis estende-se, necessariamente, o escopo da proteção constitucional à liberdade de expressão, a despeito de seu desvalor intrínseco, sob pena de se desencorajarem pensamento e imaginação, em contradição direta com a diretriz insculpida no art. 220, caput, da Carta da República.

21. Por oportunas, além da célebre expressão creditada a Voltaire – “posso não concordar com nenhuma palavras do que dizes, mas defenderei até a morte o direito de dizê-las” –, rememoro as ponderações do Justice Brennan, da Suprema Corte dos Estados Unidos, no paradigmático caso *New York Times vs Sullivan*, no sentido de que a garantia de proteção conferida pela Constituição às aludidas liberdades de expressão e de imprensa se funda no **“princípio de que o debate de questões públicas deve ser irrestrito, robusto e aberto, e que ele bem pode incluir ataques ao governo e a funcionários públicos que sejam veementes, cáusticos e às vezes desagradavelmente contundentes. (...) Aqueles que pretendem criticar a conduta oficial podem ser dissuadidos de expressar sua crítica, mesmo que ela seja tida como verdadeira e mesmo que seja de fato verdadeira, por duvidar que ela possa ser provada em juízo ou pelo medo da despesa por ter de fazê-lo.”**

(...)

25. É certo que a Constituição da República confere especial proteção, na condição de direitos fundamentais da personalidade, à honra e à imagem das pessoas, assegurando o direito à indenização pelo dano material ou moral decorrente de sua violação (art. 5º, X, da Lei Maior).

26. Todavia, **quando em confronto o direito à honra e à imagem das pessoas com o interesse público, a preservação da livre manifestação do pensamento autoriza sua premência de tolerância com relação aos requerimentos de proteção do**

interesse individual.

A crítica que os meios de comunicação social e as redes digitais dirigem às pessoas públicas, por mais dura e veemente que possa ser, deixa de sofrer, quanto ao seu concreto exercício, as limitações externas que ordinariamente resultam dos direitos de personalidade. – Não induz responsabilidade civil, nem autoriza a imposição de multa cominatória ou “astreinte” (Rcl 11.292-MC/SP, Rel. Min. JOAQUIM BARBOSA – Rcl 16.434/ES, Rel. Min. ROSA WEBER – Rcl 18.638/CE, Rel. Min. ROBERTO BARROSO – Rcl 20.985/SP, Rel. Min. CELSO DE MELLO, v.g.) a publicação de matéria jornalística cujo conteúdo divulgue observações em caráter mordaz ou irônico ou, então, veicule opiniões em tom de crítica severa, dura ou, até, impiedosa, ainda mais se a pessoa a quem tais observações forem dirigidas ostentar a condição de figura pública – investida, ou não, de autoridade governamental –, pois, em tal contexto, a liberdade de crítica qualifica-se como verdadeira excludente anímica, apta a afastar o intuito doloso de ofender.

Vedar a publicação de matérias ao argumento de que não comprovadas a contento suas alegações pode gerar indesejável *chilling effect* (efeito inibidor) na mídia, que passaria a ter de se comportar como verdadeira autoridade policial na busca da verdade material. Por essa lógica, passar-se-ia a não mais publicar aquilo que não fosse cabalmente comprovado ou aquilo que fosse controvertido ou polêmico, por temor a possíveis represálias aos jornalistas. Haveria riscos de que parcela das informações relevantes à sociedade permanecesse à margem dos veículos de comunicação e dos jornalistas independentes – especialmente os temas que versassem sobre personalidades política ou economicamente poderosas.

Carlos Bastide Horbach, Ministro do TSE, defende que o impacto do combate à *fake news* x liberdade de expressão é uma questão latente, a ser debatida, pois há duas linhas de observação: a dos EUA, onde, amparado na 1ª emenda da sua Constituição, a liberdade de expressão é um pilar sólido que não permite maiores restrições; e da União Europeia, onde a liberdade de expressão está situada dentre outros valores de igual importância, o que permite a restrição em várias situações. Ressalta que o Brasil segue mais, proximamente o entendimento da UE e que a Suprema corte americana resguarda o direito de expressão de forma muito ampla, o que reflete nas plataformas de redes sociais, pois são, basicamente americanas e, por isso, querem ampla abertura, o que difere para o ordenamento da UE e do Brasil (HORBACH, 2018).

Vale ressaltar o pensamento de Frederick Schauer (1982) que defende que **o Estado age, com base em seus próprios interesses, valores e ideias e, por ser, intrinsecamente, parcial em suas ações, não pode limitar ou restringir a liberdade de expressão, pois estaria impondo a sua própria e suspeita visão** (BARROSO 2018, p. 29). Tampouco, em obediência, ao princípio da reserva legal, a administração pública pode adotar medidas restritivas de direitos e agir, discricionariamente, acerca das restrições concretas a direitos (PEREIRA, 2018).

2.1.3 Das Fake News vs a Liberdade de Expressão

Percebe-se que todos os discursos destes doutrinadores e juristas são veementes na defesa da liberdade de expressão, mesmo que, para alguns, diante do confronto com inverdades, defendem o direito de manifestação até que, mediante um confronto de argumentos, haja a

prevalência da verdade. Entretanto, o impacto nocivo das *fake news* e a ameaça a outros valores constitucionais caros à sociedade abrem uma iniciativa jurídica e acadêmica de ponderação e valoração das desinformações e de expor o confronto dos direitos fundamentais envolvendo-as.

Neste sentido, em discurso do ministro Luís Roberto Barroso, do Supremo Tribunal Federal, na Conferência Nacional de Internet, em 2019, revela o incômodo institucional com as desinformações e o seu ceticismo, com as medidas regulatórias e judiciais coibitivas: (PIMENTA, 2019) (grifei)

A rede foi criada para ser uma esfera pública digital online, atendendo demandas de democracia inspiradas pelo ideal grego da Ágora, disse. Mas, ao contrário disso, há uma percepção de que ela produziu uma “tribalização, com enclaves comunicacionais, que pessoas com opinião formada falam para seus iguais, quando não falam para si próprias. (...) ainda há “as campanhas de desinformação e circulação deliberada de notícias falsas e os discursos de ódio”. “Como lidar com esse fenômeno?” (...). **Deve retirar a *fake news* ou colocar um carimbo de que aquilo é falso? Sobretudo, quem decide o que é falso ou não? (...) Será que queremos interferir nisso?**

A mesma pergunta é feita por Roberto Viola, Diretor-Geral da DG Connect da Comissão Europeia (VIOLA, 2018) que em seminário sobre o tema *fake news* suscitou que “uma grande dificuldade reside em decidir o que é verdade? Pois todas as questões precisariam estar sob o julgo de um grupo de especialistas para constatar a veracidade”. E quais seriam os critérios, fontes e valores deste especialistas? Segundo Campinho (2019) a Internet democrática deve enfrentar as *fake news* como forma de preservar seu próprio ideário libertário, mas se o pluralismo de ideias deve prevalecer frente à censura, não deve servir de base para a propagação do ódio e subversão do processo.

Christophe Leclercq (2018) – fundador da EURACTIV e membro do High Level Group sobre *fake news* na Comissão Europeia, reitera que a imprensa e, agora, as mídias sociais como meio de expressão, são pilares da democracia. Advoga que se deve evitar a censura, como mecanismo contra as *fake news*, e o seu combate mais efetivo deve se dar mediante a propagação de conteúdo de qualidade a aplicação da “*soft law*”, que podem ser mais poderosos e efetivos ao seu enfrentamento, vez que o cerceamento prévio e repressão são, conhecidamente, contraprodutivos. Acrescenta que a censura “irá criar uma zona cinzenta de atuação dos órgãos de repressão, pois, dadas as dificuldades e subjetividades envolvidas, julgar as *fake news* poderá condenar inocentes injustamente”.

Em decisão do Tribunal de Justiça do Rio de Janeiro, o Relator Desembargador Sérgio Cavalieri Filho (1996), pondera, acerca da resolução de conflitos entre princípios constitucionais ao enfrentar os fatos *in concreto* (grifei):

sempre que princípios constitucionais aparentam colidir, deve o intérprete procurar as recíprocas implicações existentes entre eles até chegar a uma inteligência harmoniosa, porquanto, em face do princípio da unidade

constitucional, a Constituição não pode estar em conflito consigo mesma, não obstante a diversidade de normas e princípios que contém. Assim, se ao **direito à livre expressão da atividade intelectual e de comunicação contrapõe-se o direito à inviolabilidade da intimidade, da vida privada, da honra e da imagem, segue-se como consequência lógica que este último condiciona o exercício do primeiro, atuando como limite estabelecido pela própria Lei Maior para impedir excessos e abusos.**

O fenômeno das *fake news* é muito recente, no seio da discussão dos direitos fundamentais constitucionais. Em muito se assemelha à difusão de informações pela imprensa, havendo distinção significativa dos meios e da tecnologia empregada. Os embates, acerca das liberdades de expressão, proteção da dignidade humana, privacidade, honra e integridade moral e os enfrentamentos travados, nos casos que permeiam e interseccionam estes direitos imprescindíveis, mas, devido à precocidade do tema *fake news*, ainda não foram, plenamente, debatidos na corte suprema brasileira. As circunstâncias em que se dão as desinformações, os meios empregados e precisão, quase cirúrgica em que as mensagens são endereçadas aos seus públicos previamente mapeados, não foram explorados e aquilatados, adequadamente, pelo Judiciário, com profundidade e maturação que se advêm do tempo de debate. É também controverso se a mensagem falsa recebida pelo cidadão o coloca na posição de vítima, de uma ação opressora, intencionalmente, perpetrada, ou na situação de um mero expectador, que se vê municiado, com informações questionadoras do *main stream* (pensamento dominante).

A notícia desinformativa quando bem ambientada e encoberta com a emocionalidade mencionada, anteriormente, é de difícil detecção. Jon Roozenbeek e Sander van der Linden (2018, p. 4) revelam que, em pesquisa conduzida pela Ipsos MORI descobriu-se que 75% dos americanos, familiarizados com o conceito de *fake news*, diante de uma manchete de notícias falsas, acreditavam na veracidade da história. Se o cerceamento da liberdade de expressão é uma ameaça à democracia, há grandes preocupações com a proliferação das *fake news* ser um risco ao processo democrático. Josef Drexler (2017, p. 01) ressalta que “pesquisas recentes indicam que a disseminação de notícias, através de plataformas sociais, em particular, tem um impacto negativo no processo democrático”, pois entende que os recursos digitais favorecem “a disseminação de falsas declarações factuais, notícias falsas e teorias conspiratórias inverificáveis, dentro de comunidades fechadas e, em última instância, leva à radicalização e à divisão da sociedade ao longo das linhas políticas e ideológicas.”

Silverman e Singer-Vine (2016) alertam que “o funcionamento da democracia depende de uma população educada e bem informada e, como tal, a disseminação da desinformação tem o potencial de minar tanto a ciência, quanto à sociedade (VAN DER LINDEN *et al.*, 2017a)”. O Ministro Luiz Fux, enquanto Presidente do TSE (FUX, 2018), encabeçando o Seminário

Internacional Brasil-União Europeia - *Fake News: Experiências e Desafios*. *Fake News: um Novo Desafio para a Democracia* Tribunal Superior Eleitoral e União Europeia, realizado em Brasília-DF, afirmou que a opinião deve ser imune às *fake news* para se ter o voto livre, pois ela viola a igualdade de chances e da moralidade e princípios afetos. Acrescenta que não poderiam manifestar passividade, condescendência e desânimo, ao combate às notícias falsas, porque isso representaria uma proteção deficiente dos institutos democráticos e da própria eleição e, de forma contundente, que não haveria de se falar de restrição de liberdade de expressão no combate às *fake news*, pois uma mera notícia que, por exemplo, “atribuísse, falsamente, a intenção de esterilização, em massa, como plataforma política de candidato, derrete uma candidatura”. A forma em as *fake news* circulam, em meio digital, “está em conflito com princípios fundamentais que devem ser aplicados nas sociedades democráticas”, pois os cidadãos não devem ser enganados, e, para que possam tomar decisões acertadas, requer-se a posse de informações precisas (DREXL, 2017, p. 11).

Lorraine Vilela Campos (s. d.) relacionou as consequências reais e deletérias que algumas *fake news* desencadearam no Brasil e no exterior, que exemplificam o impacto que elas podem gerar no cotidiano da população:

- a) notícias falsas geraram reações violentas, como a da senhora que foi acusada, infundadamente, de sequestrar crianças para fazer rituais de magia negra, o que desencadeou o seu linchamento até a morte por moradores de Guarujá/SP, em razão da comoção gerada pelo boato (ESTADÃO, 2014);
- b) a perseguição de supostos sequestradores de crianças na cidade de Rainpada, uma vila local na Índia, em 2018, fruto da divulgação de vídeos falsos, com cenas fictícias, editadas e veiculadas pelo WhatsApp (MARQUES, 2018);
- c) os efeitos das *fake news* têm sido sentidos, no âmbito da saúde pública, em notícias falsas antivacinação que impactaram as campanhas de aplicação de vacinas (SANTOS, s.d.), o que implicou no ressurgimento de moléstias, há muito contidas no Brasil, como o sarampo (SANTOS, 2018);
- d) discursos de ódio são estimulados por desinformações, como o de homofobia, quando se divulgou inveridicamente a distribuição de “kit gay”, nas escolas públicas, em 2016 (CAMPOS, s.d.), ou de preconceito e xenofobia, quando notícias falsas disseminadas em redes sociais sobre um brasileiro, em Paracaima, que não teria tido atendimento médico, após um assalto, em detrimento de imigrantes venezuelanos, o que revoltou a população local que passou a hostilizá-los

violentamente, com paus, pedras e bombas caseiras para atacar os seus acampamentos.

São dignos de consideração as ressalvas realizadas à teoria do “mercado de ideias”, desenvolvida, a partir do pensamento de Wendell Holmes, colacionada por Barroso (2018, p. 24), que identifica que esta concepção oferece três fragilidades. Mesmo que não se absorva na sua integralidade, o valor de seus argumentos merece reflexão (grifos nossos):

(i) ela [a teoria] pressupõe que haja uma ‘verdade’ única a ser alcançada através do debate, quando, na realidade contemporânea marcada pela pluralidade, essa não parece ser uma possibilidade;

(ii) ela pressupõe que a liberdade de expressão e a ‘verdade’ alcançada conduziriam aos melhores resultados, quando a realidade tem mostrado que esse não é sempre o caso; e

(iii) a plena liberdade de expressão não é suficiente para enfrentar a desigualdade socioeconômica que faz com que algumas pessoas tenham mais facilidade de participar do debate (OSÓRIO, 2017, p. 56), gerando barreiras de entrada no mercado de ideias.

Acrescentaria a estas reflexões, que questionam a rigidez da teoria do “mercado de ideias”, uma dúvida sobre qual seria a real independência que povos, sem a educação básica e digital, poderiam ter em relação à força econômica e política dos produtores de *fake news*? Os exemplos mencionados por Lorraine Vilela Campos (n. d.) trazem certa insegurança, pois entendo que estas populações mais desvalidas estão carentes e fragilizadas pela ausência destes elementos educacionais e culturais essenciais, que permitiriam a criação de um senso crítico mínimo e utilização de ferramenta técnico, capaz de oferecer alguma proteção à manipulação informacional. A preocupação pode se alinhar a outras e ser considerada paternalista. Talvez, porém, a realidade salta aos olhos e chama a atenção de que algo estrutural está errado e requer um tratamento distinto, ponderando as diferenças e vulnerabilidades abissais existente em um país como o Brasil.

2.1.4 Da Censura e a Influência da Seção 230 do Communications Decency Act e o Digital Millennium Copyright Act

Nas disputas políticas polarizadas, no ambiente digital, a participação ostensiva da extrema direita revigorada, reivindica o direito à liberdade de expressão para proteger os discursos de ódio “racistas, machistas, homofóbicos, e até fascistas”, que proliferam e viralizam rápida e, extensivamente, pelas redes sociais, em razão de seu “caráter emotivo”, influenciando a opinião pública (ROMANINI, MIELLI, 2019, p. 38-39). Em razão da dificuldade de regulação do que venha a ser discurso de ódio, utiliza-se como parâmetros, internacionalmente

reconhecidos, os “Princípios de Camden sobre a Liberdade de Expressão e Igualdade”³¹ (RAMOS, 2019, p. 22, grifos nossos):

i. severidade: a ofensa deve ser “a mais severa e profunda forma de opróbrio”.

ii. intenção: deve haver a intenção de incitar o ódio.

iii. conteúdo ou forma do discurso: devem ser consideradas a forma, estilo e natureza dos argumentos empregados.

iv. extensão do discurso: o discurso deve ser dirigido ao público em geral ou à um número de indivíduos em um espaço público.

v. probabilidade de ocorrência de dano: o crime de incitação não necessita que o dano ocorra de fato, entretanto é necessária a averiguação de algum nível de risco de que algum dano resulte de tal incitação.

vi. iminência: o tempo entre o discurso e a ação (discriminação, hostilidade ou violência) não pode ser demasiado longo de forma que não seja razoável imputar ao emissor do discurso a responsabilidade pelo eventual resultado.

vii. contexto: o contexto em que é proferido o discurso é de suma importância para verificar se as declarações têm potencial de incitar ódio e gerar alguma ação.

Gabriel Pansardi Ruiz (2019) advoga que a detecção dos atos de censura, no ambiente digital atual, se tornou mais “ardilosa”, pois estão sob mesmo arcabouço de escrutínio, os conflitos judiciais, disputas ideológicas, agressões aos direitos humanos, protestos etc. Em seu entender, a censura opera de forma “difusa, dispersa e indireta, substituindo antigos atos e recursos censórios típicos da primeira metade do século XX”, deixando revelar um manifesto “desejo de interdição” por meio de “procedimentos diversos, plurais, indiretos, tanto públicos como privados” (p. 216). Ao caracterizar o que chama de pós-censura, o autor identifica três aspectos delimitantes desta nova forma de privação da liberdade de expressão, que se manifesta de maneira complexa e pontual e não sistemática, como outrora (p. 217):

a) os processos censórios atuais têm menor ênfase na palavra escrita, conforme se identificava enquanto alvo central no passado, ficando na mira principal as linguagens audiovisuais, sobretudo a Internet e a televisão;

b) o Estado e seus órgãos de repressão e segurança não são os únicos operantes, empresas de comunicação, escolas, repartições, igrejas, partidos, etc desenvolvem seus próprios critérios censórios;

c) a censura togada, isto é, decisões autoritárias de juizes que decidem excluir livros de circulação, suspender exposições ou peças teatrais e conteúdos jornalísticos, sem, contudo, acessar estudiosos do tema ou sem ouvir todas as partes envolvidas; ainda políticos que decidem, de igual maneira impositiva, pela retirada de obras de espaços públicos, por ocultar determinadas informações que são de interesse da população.

Maria Cristina Castilho Costa (2019) identificou que o direito à liberdade de expressão, consagrado na Constituição Federal de 1988, passou a ser questionado ou relativizado, dando seqüência a atos de intervenção, em razão das inseguranças criadas pela mudança na dinâmica

³¹ Apresentados em evento realizado entre 2008 e 2009 em Londres, Inglaterra, e compilada no Brasil pela Organização Não-governamental Article 19

de aproximação dos cidadãos, com o poder, da produção cultural, artística e científica, em que os habilita, a partir do desenvolvimento tecnológico dos meios de comunicação, a interagir, questionar e se informar. Outra fragilidade, segundo a autora, que aflige as elites econômicas e políticas, tornando-as vigilantes e cerceadoras, seria a desestabilização, criada pela desarticulação do sistema produtivo e do mercado de trabalho, decorrentes da globalização e do capitalismo pós-industrial. A consequência evidente, no entender da autora, é o “uso de medidas econômicas, judiciais e diferentes formas de pressão social, com o objetivo de minar a livre circulação de ideias pelos jornais, pelas revistas, pelos palcos, pelas telas e pelas redes sociais”. (p. 7)

A discussão sobre as garantias fundamentais de liberdade de expressão e os direitos à privacidade, segurança e dignidade, e, por consequência, aos limites da censura aos discursos de ódio, à pornografia infantil, ao terrorismo e à discriminação, quando travada no âmbito das plataformas digitais, remete aos dispositivos da legislação americana, que dão origem às disputas mais expressivas. Em sua esmagadora maioria, as plataformas possuem suas matrizes e grande parte de seus mercados sediados nos EUA, e, portanto, sujeitas, primordialmente, às leis americanas. Tal consideração é importante para se ajustar a compreensão de como estas corporações se postam, diante da informação que veiculam e, por consequência, como se enquadram na legislação estadunidense.

O *Communications Decency Act* (CDA, 1996) e o *Digital Millennium Copyright Act* (DMA, 1998) fornecem ampla proteção legal para provedores de Internet (ISPs), mecanismos de busca e as plataformas digitais, por consequência, no sentido propiciar um “porto seguro” legal para que não sejam responsabilizados pelas informações, que transmitem ou divulguem de outrem (GILLESPIE, 2018). O estatuto do “porto seguro”, expresso na Seção 230 do CDA, que dá amparo descriminalizado à divulgação de terceiros, também permite que os condútes de informação bloqueiem, de boa-fé, material ofensivo (discursos que são “obscenos, lascivos, sujos, excessivamente violentos, assediadores ou de outra forma censuráveis”), desde que o material não esteja protegido, constitucionalmente, o que reduz a obrigação de moderação de conteúdo em razão da Primeira Emenda, dispositivo legal conhecido por “bom samaritano” (BRIDY, 2018).

A jurisprudência americana, a partir da aceção da Seção 230, que permite o bloqueio, em razão do conteúdo, não concedeu aos intermediários da Internet (plataformas digitais) a concessão para o cerceamento ou a retirada indiscriminada de informações. Os julgados impedem o uso deste recurso, quando utilizado de má-fé, em que há a contenção de conteúdo de terceiros para um propósito anticompetitivo, por “capricho malicioso” (*Zango v. Kaspersky*

Lab) ou por não oferecer uma explicação para uma decisão de bloqueio de conteúdo, em resposta a um pedido de usuário (Smith v. Trusted Universal Standards) (BRIDY, 2018). Entretanto, o porto seguro criou uma larga margem de atuação dos intermediadores da Internet para filtrar e bloquear conteúdos que não servissem aos seus códigos internos ou que, de alguma forma, aviltassem os costumes e a moral, com materiais ultrajantes.

Como ressalta Gillespie (2018, p. 205-206), mesmo não tendo sido criada, à época das plataformas digitais, a Seção 230 forneceu a estas e aos provedores de Internet, a possibilidade de intervir “nos termos que escolherem, ao mesmo tempo em que proclamam sua neutralidade, a fim de evitar obrigações que preferem não cumprir”. Este recurso não os transforma, perante a lei, em editores dos dados e informações, eximindo-os da imputação do crime de censura prévia e manipulação de discursos alheios. Aos olhos do referido autor, trata-se de uma “indenização aos intermediários, mesmo que intervissem, significaria que eles poderiam escolher como e quando fazê-lo, sem serem responsabilizados como "editores" ou por atender a quaisquer padrões particulares de como o fazem”. Esta brecha legislativa possibilita que as plataformas possam, nos seus termos contratuais legais abusivos, “reivindicar o direito, mas não a responsabilidade de remover usuários e excluir conteúdo”.

As plataformas de mídias sociais sempre apresentaram um discurso de abertura, transparência, liberdade de expressão e acesso indiscriminado às informações. Há mais de uma década, elas se posicionam como meras organizações conduítes, negando a participação ativa na moderação de conteúdo, se caracterizando, externamente, e até mesmo, na concepção de seus criadores, como “abertas, imparciais e não intervencionistas”, quando, na verdade, exercem, gradativamente mais controle sobre aquilo que é divulgado por seus veículos de interação (GILLESPIE, 2018, p. 198-199).

A censura contemporânea, praticada pelas plataformas sociais, se manifesta como a manipulação da atenção (TUFECKI, 2018) e se aproveita de fenômenos digitais que impulsionam, artificial e danosamente, a audiência, como as campanhas de assédio virais ou coordenadas, que aproveitam a dinâmica da indignação viral para impor um custo insuportável e desproporcional ao ato de se expressar, ou epidemias de desinformação, destinadas a minar a credibilidade das fontes de informação válidas e campanhas de *trolling* e distração, ou vazamentos de materiais hackeados, destinados a inundar a atenção da mídia tradicional. A classificação algorítmica perpetrada pelas plataformas, em busca de perfilar e categorizar seus usuários e fornecedores, cria “vencedores e perdedores, nos sorteios de atenção das mídias sociais” e não da apuração da verdade. Para promover o engajamento, as plataformas de mídia social evitam expor os usuários a conteúdos que podem achar irrelevantes ou desinteressantes,

mostram apenas o que sentem confiantes para prender a atenção dos usuários e se voltam para propagar e amplificar discurso extremo e ultrajante. Segundo Bridy (2018), em estudos recentes, apurou-se que os usuários acham o conteúdo falso e inflamatório mais envolvente e compartilhável do que conteúdo verdadeiro e incontroverso. Como decorrência deste processo, criam-se bolhas de filtro, com aumento da polarização social e identidade política, onde *bots* (robôs que simulam a existência de usuários reais) exacerbam este problema, dando pontos de vista extremistas a aparência de maior apoio público do que eles realmente têm, visto que as plataformas de anúncios de mídia social tornam barato e fácil promover pontos de vista extremos e *junk information* (BRIDY, 2018).

De outra sorte, os governos têm se apoiado e agido em conjunto com as plataformas, seja de forma coercitiva ou estimulada, para transferir a estas, mecanismos de controle e vigilância sobre os conteúdos difundidos na Internet, visto que estas atividades são complexas e trabalhosas. Trata-se de uma alternativa sorrateira e conveniente por parte dos governantes, que possuem limitações legais, políticas e de infraestrutura computacional para atuar, na censura e tolhimento da liberdade de expressão de temas que lhes são incômodos e/ou sensíveis. A partir da imposição de sanções, ameaças regulatórias, incentivos fiscais ou contratuais, os agentes governamentais impõem às plataformas condicionantes e exigem monitoramento de atividades e pessoas, sob os argumentos de coibição de ações terroristas, contraespionagem, estratégias militares contra ameaças estrangeiras e preservação da ordem. Havendo uma fusão das infraestruturas que viabilizam a liberdade de expressão, com as de regulação do discurso e de vigilância pública, “as próprias forças que democratizaram e descentralizaram a produção e transmissão de informações, na era digital, também levaram a novas técnicas e ferramentas de regulação e vigilância da expressão que utilizam a mesma infraestrutura”. (BALKIN, 2014, p. 2297).

Jack Balkin (2014) aponta que as técnicas de censura utilizada atualmente no âmbito digital, assemelham-se em muito às estratégias da era pré-digital, possuindo três características: 1) censura colateral, onde, diante da diversidade de manifestantes, anonimizados, não cooptáveis e fora do alcance e controle por parte do governo, o “Estado visa intermediários da Internet e outros proprietários de infraestrutura digital - ameaçando a responsabilidade de induzi-los a bloquear, limitar ou censurar discursos de outras partes”; 2) por não dispor de infraestrutura adequada para efetuar a regulação e vigilância dos discursos, o Estado necessita de intermediários privados que o façam, que induzidos por incentivos e punições, os proprietários buscam a segurança jurídica para o ambiente de negócios e redução de custos; 3) os governos desenvolvem mecanismos de restrição prévia do conteúdo digital, disfarçada de

elementos “totalmente normalizados e burocratizados da vigilância digital, tão rotineiras quanto invisíveis”, criando a aparência de operações cotidianas, regulares, discretas e inofensivas, desviando ou impossibilitando os olhares críticos e ações contrárias (p. 2298 e 2299).

O que se vê, portanto, é que numa situação híbrida e, aparentemente disfarçada com a anuência e impulsionamento estatal, em que as plataformas digitais não são meros conduítes intermediários agnósticos da divulgação de manifestações alheias. Mesmo que não manipulem ou distorçam as informações de terceiros, estão longe de abarcarem a neutralidade aplicável aos provedores e propagada por seus dirigentes. Entretanto, estas grandes organizações, dominantes de mercado, americanas, em quase sua totalidade, estão sob a guarda do porto seguro da Seção 230, que as libera para que ajam como bons samaritanos em nome da moral, tão discutível, para afastar os discursos de ódio, imagens afrontosas, pornografia infantil e ações terroristas. A cooperação nem sempre escrupulosa, republicana e isenta com os governos, bem como os seus interesses comerciais, fazem com que as plataformas se postem como editores, julgadores e censores, em nome próprio, de grupos econômicos ou do Estado. A identidade híbrida destas plataformas se assemelha apenas em parte com as organizações constituídas, ao tempo da promulgação das leis regulatórias. Entretanto, a constante evolução tecnológica e desenvolvimento de suas capacidades operativas, as moldaram em uma nova conformação que não mais se ajusta à legislação. Uma ampla zona cinzenta não regulada requer maior atenção, por parte da sociedade, dos governos e das próprias empresas, para conter as distorções funcionais, crimes e ameaças à democracia, que estão sendo perpetradas. Todavia, como menciona Gillespie (2018) a sociedade é, parcialmente, culpada pela situação imposta às plataformas, pois, a seu ver, transferimos a elas as responsabilidades, originalmente, das instituições constituídas nas esferas judiciais, legislativas e executivas, por incapacidade operacional de tratá-las. Complementa que (GILLESPIE, 2018, p. 198)

O policiamento de uma grande plataforma acaba por ser um empreendimento intensivo e implacável; requer fazer distinções difíceis e muitas vezes insustentáveis entre o aceitável e o inaceitável; não está totalmente claro quais devem ser os padrões de moderação, especialmente em escala global; e um fracasso pode incorrer em indignação pública suficiente para ofuscar um milhão de sucessos silenciosos.

2.1.5 Da ameaça à democracia e à soberania das nações

Uma preocupação que está em voga é a interferência de nações estrangeiras, nas políticas e eleições de outros países, por meio do uso massivo de propaganda e desinformações. Não se está aqui se referindo às mensagens originadas de outros países, mas apenas deflagradas por nacionais em outros locais. Trata-se de estratégias de governos ou até de Estados, para ampliarem seu raio de influência sobre outros, de valorizarem suas posições políticas, no

cenário internacional, de criarem crises em nações alheias, com vistas a exercer pressões e retaliações sobre elas, e de imporem suas narrativas à população estrangeira.

Após os eventos do Brexit (ISTOÉ, 2020), das eleições americanas de 2016, que elegeram Donald Trump (WONG, 2020; O GLOBO, 2018; PODER360, 2019), das eleições francesas em 2017, que elegeram o presidente Emmanuel Macron (TRAUMANN, 2017), foram detectadas diversas iniciativas de manipulação do eleitorado, por meio da difusão de *fake news*, oriundas de sites russos ou pró-Kremlin. Após investigações mais profundas e correlacionando os acontecimentos, várias fontes de estado (Departamento de Estado Americano - U.S. DEPARTMENT of STATE, 2020), de pesquisa (TUCKER, 2018) e de inteligência (Army Cyber Institute – DOWNES, 2018; Comitê Britânico de Inteligência e Segurança (ISC) – ISTOÉ, 2020; MANTEIGAS, 2020) confirmaram a política do Governo / Estado russo de ingerência na política e eleições de países chaves, para sua estratégia de influência externa.

O diretor do FBI, Christopher Wray, em depoimento ao comitê judicial do Senado, disse do dia 23/jul/2019 que a Rússia estaria tentando interferir nas eleições de 2020 dos EUA. Segundo ele, os russos tiveram participação no pleito de 2016, quando impulsionaram conteúdo anti-Hillary Clinton para favorecer Donald Trump, que foi eleito. Em abril de 2019, o relatório do procurador especial Robert Mueller comprovou que a Rússia interferiu nas eleições de 2016 para beneficiar Trump, tendo, entretanto, isentado o presidente de conluio com os russos, por ausência de provas (PODER360, 2019).

Christopher Paul e Miriam Matthews (2016) identificaram que a Rússia adotou, a partir da sua incursão na Geórgia em 2008, ou até antes, uma abordagem original de propaganda. Esta mesma estratégia foi, também, utilizada na anexação da península da Criméia, em 2014, e em conflitos posteriores, na Ucrânia e Síria, que se baseia em técnicas soviéticas, utilizadas durante a Guerra Fria, voltadas para agir, sorrateira e dissimuladamente, na ofuscação das ações e focado em alvos de interesse para a disseminação da propaganda. Evoluíram os meios utilizados para incorporar a Internet, mídias sociais e o jornalismo profissional dos meios de comunicação. Os autores caracterizam o novo modelo russo de propaganda como “a mangueira de fogo da falsidade”, com duas características principais: alto número de canais e mensagens e uma “vontade descarada de disseminar verdades parciais ou ficções absolutas”, que em síntese, concebe que “a nova propaganda russa entretém, confunde e oprime o público.” (p. 1). Apontam que o governo russo se utiliza dos seguintes eixos para imprimir sua propaganda: 1. Alto volume e multicanal; 2. Rápido, contínuo e repetitivo; 3. Falta compromisso com a realidade objetiva; e, 4. Falta compromisso com a consistência.

Para viabilizar as propagandas e incursões de influência, Cathy Downes (2018, p. 86)

relata que

a Federação Russa investiu, patrocinou e aproveitou uma programação eclética de hackers irregulares, civis, empresários de isca de anúncios, organizações não-governamentais proxy, botnets automatizados de algoritmos de computador, úteis dentro dos EUA e de outros países ocidentais, e um "exército troll" de baixo custo, inegável e facilmente expansível de comentaristas de mídia social e autores de postagens

As ações de difusão de desinformações, sempre negadas pelo Kremlin, são perpetradas “pela mídia pública, como o canal internacional de notícias russo RT, ou por figuras duvidosas como Evgeni Prigojin, um magnata, suspeito de ser o chefe do grupo mercenário privado Wagner”, que, de acordo com o governo americano, seria amigo próximo do presidente Vladimir Putin e dirigente e financiador da “Internet Research Agency, um escritório envolvido, na manipulação do eleitorado americano nas redes sociais em 2016” (AFP, 2021).

Segundo reportagem da Julia Carrie Wong (2020), do jornal The Guardian, a agência russa Internet Research Agency (IRA), por ocasião das eleições presidenciais americanas de 2016, “criou uma falsa publicação de notícias de esquerda, juntou-a com editores falsos, com fotos geradas por IA, e contratou repórteres independentes reais, como parte de uma nova operação de influência detectada e removida pelo Facebook”. As estratégias eram sofisticadas, a ponto de utilizar equipe editorial fictícia, com uso de inteligência artificial para produzir imagens realistas de rostos e personalidades falsas elaboradas e aportá-las, no site PeaceData.net, apresentado em inglês e árabe. O conteúdo deste site foi produzido por repórteres independentes involuntários, contratados por US\$ 75 a US\$ 250, e distribuído a outros sites. O IRA chegou a gastar cerca de US\$ 100 mil, pagos, parcialmente, em rublos, em anúncios direcionados a eleitores e apoiadores de Bernie Sanders e socialistas democratas nos EUA e apoiadores de Jeremy Corbyn no Reino Unido no Facebook.

Elizabeth Dwoskin e Craig Timberg (2020) também destacam a participação do IRA em “campanhas generalizadas de desinformação no Facebook, Twitter e YouTube, conquistando enormes audiências, com conteúdo que tentou semear divisão, entre os eleitores dos EUA e reforçar a campanha de Trump para presidente”. Apontam, entretanto, que as plataformas, após serem enormemente, pressionadas pelo Congresso americano e pelo público em geral, por não terem tomado providências de contenção das desinformações, passaram a se preparar para as eleições 2020, quando foram detectadas ameaças da China e Irã, além da Rússia.

Diversas narrativas, promovidas por fontes pró-Kremlin, situadas, na própria Rússia, nos Estados-Membros da UE, países da Parceria Oriental, região do Oriente Médio e Norte da

África (MENA), balcãs ocidentais e países africanos, tiveram como alvo a União Europeia, com o intuito de desqualificá-la com *fake news*, divulgando mensagens como: “A UE não está conseguindo lidar com a pandemia; a União está prestes a entrar em colapso”; “A UE é egoísta e trai seus próprios valores”; “Rússia e China são potências responsáveis”; “A UE está explorando a crise em prol de seu próprio interesse”; etc. (EU VS DISINFO, 2020).

De acordo com o Instituto Norueguês de Estudos de Defesa, a intromissão russa nas eleições americanas e na campanha presidencial francesa levou os políticos europeus a considerarem e manifestarem como sendo um “ataque direto ao sistema democrático”. A detecção das notícias falsas por iniciativa russa fizera com que a UE tomasse medidas concretas. “Na Finlândia e na República Tcheca, o Estado está financiando centros para combater a propaganda russa” (MARTINSEN, 2017). Segundo Ricardo Gutiérrez (TSE, 2019, p. 29), Secretário-Geral da Federação Europeia de Jornalistas, um estudo do think tank European Values, a “Espanha, França, Alemanha e Polônia são os países mais protegidos, perante a interferência da mídia que é financiada pela Rússia”. Apontou, ainda, que “alguns países estão na linha de frente contra a propaganda russa: os Estados Bálticos, a Suécia e o Reino Unido” e países como “Grécia e Chipre, são mostrados como colaboradores do Kremlin”.

Devido à preocupação, com a interferência russa, foi também criada, em 15/01/2018, uma força-tarefa da Comissão Europeia para encontrar maneiras de lidar com a proliferação de notícias falsas, composta por 39 especialistas. A criação da comissão teve como objetivo principal de “dar à Comissão opções e elementos de reflexão, sobre todas as questões ligadas às *fake news*, nos meios de comunicação tradicionais e sociais, e sobre a maneira de lidar com suas consequências políticas e sociais”, segundo a comissária europeia de Economia e Sociedade Digital, Mariya Gabriel (DEUTSCHE WELLE, 2018-b).

A presidente alemã, Angela Merkel, fez um pronunciamento em Sochi, refutando e destacando uma *fake news*, sobre uma garota imigrante russa, de nome Lisa, que teria sido sequestrada e abusada, sexualmente, por imigrantes em Berlim. Tal história, relatada na mídia russa, provocou uma reação popular da diáspora russa na Alemanha, demonstrando uma preocupante manipulação russa através de sua mídia (MARTINSEN, 2017).

Em pesquisa conduzida pelo Instituto Reuters (FLETCHER; et al, 2018) em que se mediu o alcance das *fake news* e desinformações online na Europa, com ênfase na França e na Itália, computaram-se os acessos a dois sites de notícias russas, Russia Today (RT) e Sputnik, apoiados pelo Estado russo, “que têm destaque, nas discussões políticas europeias, em torno da desinformação”. Na França, onde os sites russos estão também em francês, verificou-se o fluxo de acesso diante dos demais em geral, constatando que alcançaram baixa audiência, Russia

Today (1.5%) e o Sputnik News (1.4%) diante dos demais:

Alcance médio mensal de sites de notícias franceses proeminentes, e alguns dos sites de notícias falsas mais populares (2017) Fonte: Instituto Reuters (FLETCHER; et al, 2018)

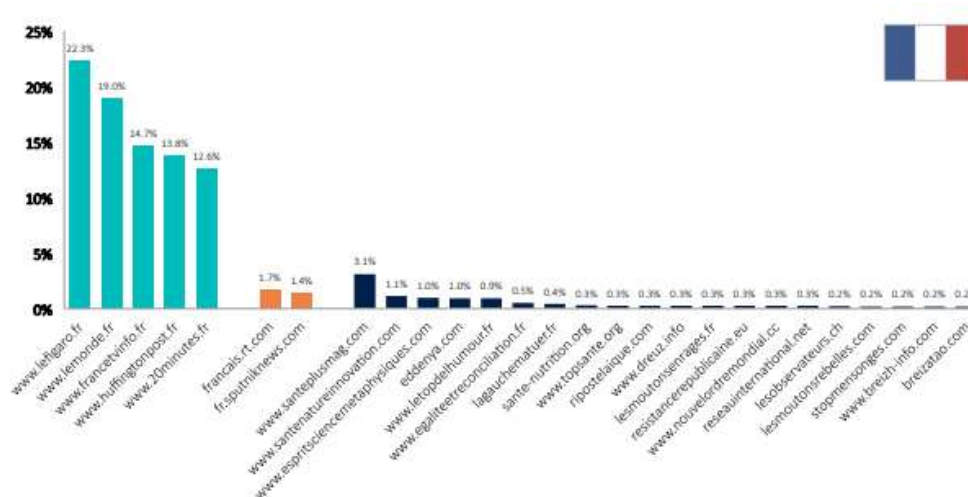


Figura 22 - Alcance médio mensal de sites de notícias franceses proeminentes (2017) Fonte: Instituto Reuters (FLETCHER; et al, 2018)

Tempo médio mensal gasto com sites de notícias franceses proeminentes, e alguns dos sites de notícias falsas mais populares (2017) Fonte: Instituto Reuters (FLETCHER; et al, 2018)

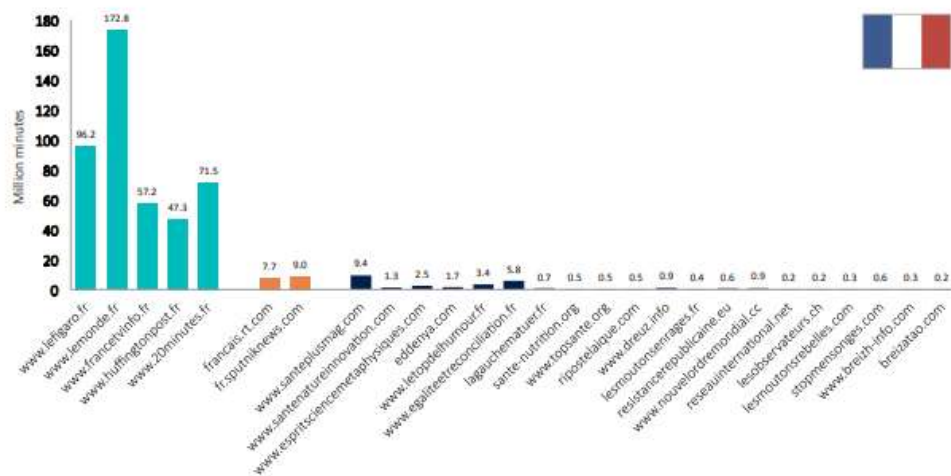


Figura 23 - Tempo médio mensal gasto com sites de notícias franceses proeminentes (2017) - Fonte: Instituto Reuters (FLETCHER; et al, 2018)

Embora os sites russos estejam em grande desvantagem em relação aos demais

franceses, os números absolutos são expressivos.

Os ataques com vistas à manipulação política têm sido também endereçados a outros países. De acordo com o Facebook, foi derrubada uma rede de desinformação, que teria gasto milhões de dólares para atingir usuários na América Latina, com postagens de apoio à “oposição política na Venezuela e o governo interino da Bolívia, bem como críticas ao partido político do presidente mexicano” (DWOSKIN; TIMBERG, 2020).

Os russos também visaram manipular as opiniões dos bielorrussos, com campanhas desinformativas, de conteúdo extremista, em que acusam o Ocidente de arquitetar “uma revolução colorida”, alegando que a oposição democrática bielorrussa era um “fanteche do Ocidente”, e rotulando “os partidários pró-democracia como “zmagars”, extremistas, terroristas e discípulos nazistas”. O Governo bielorrusso de Alyaksandr Lukashenka, em cooperação com a mídia pró-Kremlin, também procurou, com campanhas desinformativas, “instrumentalizar a migração para fins políticos” na fronteira com a Polônia, fabricando uma crise humanitária de dimensão alarmante, colocando milhares de vidas em risco. Com o intuito de operar com influência na região, sites russos passaram a instigar poloneses e lituanos, com declarações falsas, como “A Polónia é superior à Lituânia por causa de seu estado e cultura de longa duração. A Lituânia é superior à Polónia, graças aos seus laços com os americanos e os alemães”. O objetivo é desestabilizar as relações dos dois países que estão voltados para área de influência da União Europeia, e compartilham a adesão ao bloco e a OTAN. São utilizadas as seguintes vertentes de desinformações, com 4 grupos de narrativas – Cooperação regional de energia, minoria polonesa na Lituânia, inferioridade polonesa em relação à Lituânia e a cooperação militar (EU VS DISINFO, 2021):



Figura 24 - Foco dos Ataques de Desinformações Russas na Polónia e Lituânia

Segundo Mark Scott (2020) a China e a Rússia, recentemente, tentaram minar as iniciativas da União Europeia (EU) de encontro à crise do Covid-19, espalhando mensagens a um bloco de 27 países, dos Balcãs Ocidentais, América do Norte, dentre outros locais, afirmando que a UE não estaria combatendo a pandemia e traindo os “valores fundamentais”, enquanto “Moscou e Pequim eram as únicas que forneceram uma estratégia robusta para combater o COVID-19”.

A China, por sua vez tem se utilizado do hackeamento de contas do Twitter e criou mais de 10 mil contas falsas, em todo o mundo, para desencadear uma campanha de influência, “propaganda e desinformação sobre o surto de coronavírus, os protestos de Hong Kong e outros tópicos de interesse do Estado”, bem como perseguir dissidentes políticos. O Twitter anunciou que suspendeu 5.000 contas suspeitas de serem controladas pelo Estado chinês, como também baniu 200.000 outras que haviam sido criadas, mas, ainda, não estavam ativas (KAO; LI, 2020).

Em síntese, se percebe que as *fake news* se tornaram armas de Governos e Estados para impor sua influência sobre os outros países, bem como, manipular a política, a população e as diretivas das nações de acordo com seus interesses, com riscos diretos à democracia, a soberania e até às vidas, como se viu em alguns casos. O poder das desinformações ultrapassou em muito os limites geográficos locais, da comunidade e da vizinhança, como também extrapolou, infinitamente os efeitos nocivos que produziam os simples boatos e fofocas do passado.

2.2 TEORIAS REGULATÓRIAS DO CIBERESPAÇO

Diante das ameaças aos direitos fundamentais impostos pelas *fake news*, é necessário

avaliar quais seriam as melhores alternativas de se regular o ambiente de sua propagação, para efetivar controle, retenção e redução do impacto das desinformações. Este ponto irá se debruçar sobre os modelos e sistemas regulatórios vigentes, que envolvem tanto aspectos sociais, quanto legais e técnicos. Ainda, deverá ser analisado como o comunitarismo em rede de Murray pode ser utilizado para complementar as limitações regulatórias tradicionais em vigor, e propiciar uma atuação conjunta governamental e a não-estatal para coibir a propagação de desinformações no processo eleitoral. Serão percorridos os demais pensadores que circundam e aprimoram esta concepção de Murray e demais conceitos que se conjugam.

2.2.1 Ciberlibertarismo, Libertários digitais, Anarquistas, Ciberutópicos

A regulação da Internet teve em seus primórdios a primeira vertente, forjada na Electronic Frontier Foundation (EFF), fundada em 1990 por John Perry Barlow, ex-letrista do Grateful Dead, e Mitch Kapor, criador do Lotus 1-2-3. O marco inicial significativo da escola conhecida por Ciberlibertarismo, em que seus membros também foram designados como libertários digitais, anarquistas e ciberutópicos, se deu com a publicação da 'Declaração de Independência do Ciberespaço' de John Perry Barlow (1996), em 8 de fevereiro de 1996, mesmo dia em que a Lei de Decência nas Comunicações dos Estados Unidos foi sancionada pelo presidente Bill Clinton (MURRAY, 2018).

Tinham, como pressuposto, que as leis vigentes eram altamente conectadas ao território, enquanto a Internet é "um mundo que está em toda parte e em lugar nenhum, mas não é onde os corpos vivem" (BARLOW, 1996). Acreditavam que o ciberespaço, naturalmente, protegia diversas liberdades fundamentais e que a arquitetura da Internet seria refratária a qualquer iniciativa estatal de intervenção e regulação (MURRAY, 2018). Apoiadores defendiam a teoria, por entender que haveria eficácia das instituições de ciberespaço autogovernantes, formas mais descentralizadas de regulação, e para "pedidos privados", com base no contrato (GREENLEAF, S.D.).

Outros teóricos se juntaram ao pensamento central do movimento, propondo a autogovernança da Internet, como David Johnson e David Post (1996), a partir da publicação do artigo emblemático: "Law and Borders – The Rise of Law and Cyberspace". Estes defendiam um princípio básico: “reconhecer o ciberespaço como um 'lugar' distinto para fins de análise jurídica, reconhecendo uma fronteira legalmente significativa, entre o ciberespaço e o 'mundo real'”, e que os grupos da Internet deveriam ter “permissão para se autogovernar por meio dos princípios de delegação e cortesia” (MURRAY, 2018).

Algumas teorias criaram subescolas, como o ciber-realismo ou a escola de "falácia da Internet", o tecnodeterminismo ou a escola Berkman. Teve maior expressão a teoria de Joel

Reidenberg (1998) exposta ao publicar a *Lex Informatica*, em que propalava que a excepcionalidade da regulação da Internet não se caracteriza, por uma impossibilidade, mas decorre do fato que as ferramentas para sua aplicação não estão presentes nos modelos atuais. Fruto de processos complexos de regulação envolvendo estados, setor privado, interesses técnicos e forças do cidadão, Reidenberg identificou duas fronteiras regulatórias: “o primeiro conjunto de fronteiras abrangeu os acordos contratuais entre vários ISPs; o segundo tipo de fronteira era a arquitetura de rede” (MURRAY, 2018).

A escola do Ciberlibertarismo foi muito criticada, sob os argumentos de que haveria: irrelevância de conceitos jurídicos baseados na matéria; ineficácia e ilegitimidade do governo, territorialmente, baseado no ciberespaço; ceticismo sobre acordos ou instituições internacionais (mesmo os autogovernos); natureza internacional do Direito (aviação, meio ambiente e direitos humanos) (GREENLEAF, S.D.); “ações do ambiente virtual envolvem agentes e geram efeitos reais, o que trazem para o plano da regulamentação governamental” (MURRAY, 2011, p. 270); e que “seria falaciosa a argumentação de que a Internet seria ingovernável e refratária a qualquer tipo de regulação” (LESSIG, 2006, p. 31).

Em síntese, Greenleaf elaborou um quadro que retrata as vertentes teóricas desta escola:

Teórico	Descrição	Foco
Barlow	A regulamentação falhará; Internet não pode ser regulada	Nações não têm o direito de regular 'novo reino da mente'
Post	A autorregulação pode funcionar	A autorregulação deve ser deixada para trabalhar
Hardy	Regulação descentralizada é eficiente	Descentralizado é o "regime adequado"
Reidenberg - Lex informatica	A tecnologia fornece ferramentas eficazes para a regulação	Os reguladores devem usar a infraestrutura para regular

Tabela 4 - Quadro das vertentes teóricas – Fonte: GREENLEAF

2.2.2 *Realistas digitais e Ciberpaternalistas*

Os principais expoentes desta escola foram Lawrence Lessig (mais conhecido) e James Boyle. A escola ciberpaternalista entendia que os mecanismos legais seriam parte da rede de controles regulatórios eficazes do ambiente online, sendo que para a regulação das atividades do usuário no ciberespaço, os legisladores teriam de controlar, indiretamente, as atividades, por meio da arquitetura de rede ou por apoiar atividades de autorregulação dos projetistas de redes (MURRAY, 2018). Lessig (2006, p. 120) sintetizava a existência de 4 forças regulatórias do ciberespaço: normas sociais, mercados, Direito e a arquitetura (código). Estas forças exercem suas pressões sobre o “ponto patético”, constituído pelo indivíduo, que ora é o elemento

regulado ou regulador:

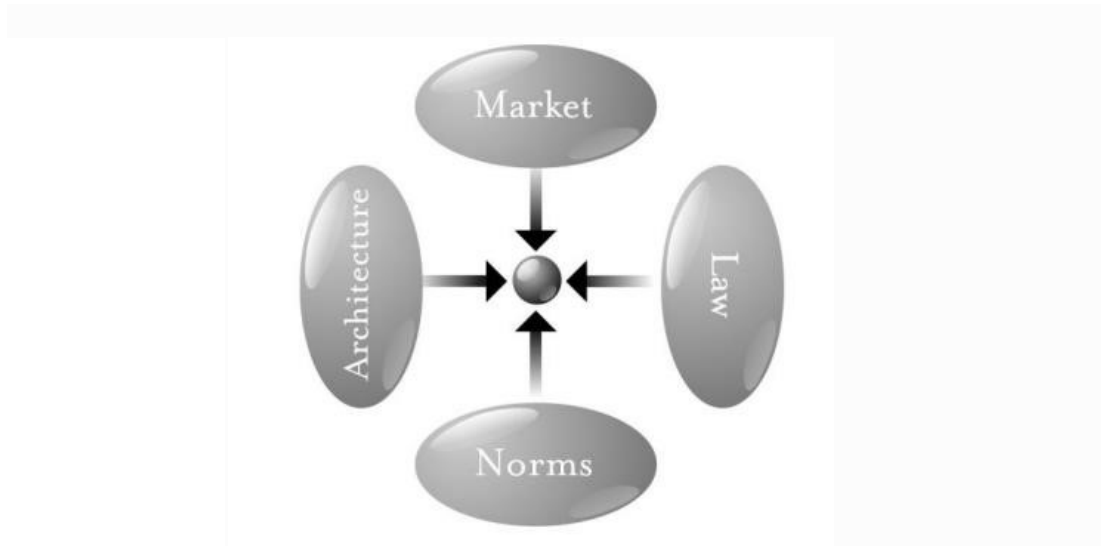


Figura 25 - Fonte: LESSIG, 2006, p. 123.

Lessig (2006, p. 290) aponta que, no processo de regulação, as forças atuam de forma a impor restrições distintas, mas “claramente independentes.

Cada um pode apoiar ou se opor aos outros. As tecnologias podem minar normas e leis; eles também podem apoiá-los. Algumas restrições tornam outras possíveis; outros tornam alguns impossíveis. As restrições funcionam juntas, embora funcionem de maneira diferente e o efeito de cada uma seja distinto. As normas restringem por meio do estigma que uma comunidade impõe; os mercados restringem por meio do preço que cobram; as arquiteturas restringem por meio dos fardos físicos que impõem; e a lei restringe por meio da punição que ameaça a lei escolhe entre regulação direta e indireta. A questão é: qual meio melhor avança o objetivo do regulador, sujeito às restrições (sejam normativas ou materiais) que o regulador deve reconhecer? Meu argumento é que qualquer análise das estratégias de regulação deve levar em consideração essas diferentes modalidades. (LESSIG, 2006, p. 290)

Lessig (2006) concebe que há uma interconexão entre as 4 fontes reguladoras, em cada uma influencia as demais. Entretanto, identifica, ainda, que a lei regulamenta, ainda que indiretamente, e possui potencial maior de se impor aos demais, seja positiva quanto negativamente. Propõe uma adaptação ao diagrama anterior:

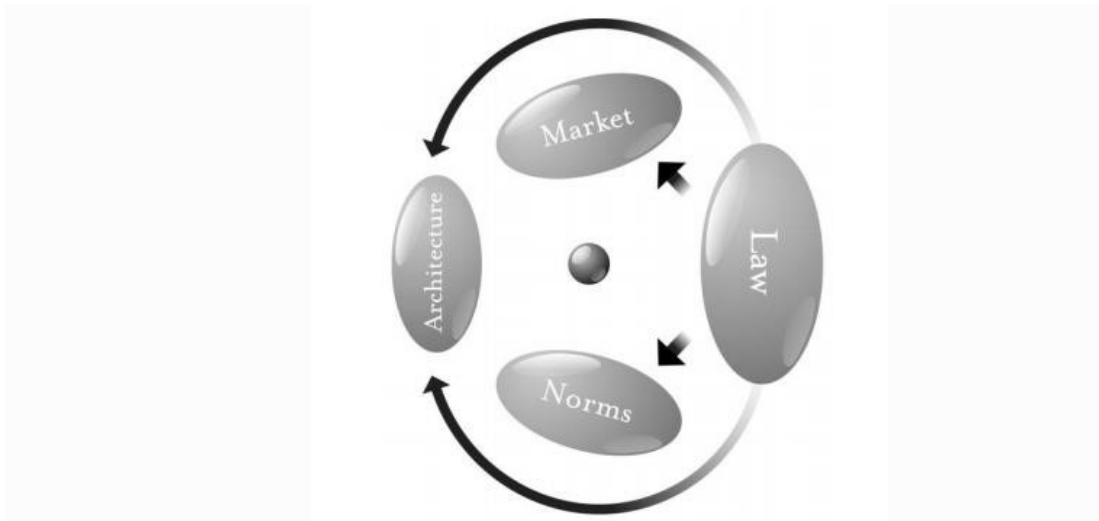


Figura 26 - Interconexão entre as 4 fontes reguladoras - Fonte: LESSIG, 2006, p. 130.

A crença de Lessig se baseia em três pressupostos: primeiro, que os legisladores sempre podem usar a lei para exercer controle sobre aqueles a quem ela se dirige (...); em segundo lugar, esse código pode ser compelido a ser escrito de uma maneira particular, de acordo com os desígnios dos legisladores (...); terceiro, assume que os requisitos da lei são ordens, que são cumpridas ou desrespeitadas. “Lessig sucumbe, ligeiramente, à crença ortodoxa de que os governos, como legisladores soberanos, têm maior autoridade ou influência na esfera regulatória”, bem como adere ao tecnodeterminismo (MURRAY, 2018):

Como o mundo é agora, os escritores de código são cada vez mais legisladores. Eles determinam quais serão os padrões da Internet; se a privacidade será protegida; o grau em que o anonimato será permitido, até que ponto o acesso será garantido. São eles que definem sua natureza. Suas decisões, agora feitas nos interstícios de como a rede é codificada, definir o que é a rede. (LESSIG, 2006, p. 79)

Lessig acredita que a eficácia regulatória é muito diferente no ciberespaço e que ela é crucial para a preservação das liberdades essenciais, sob pena de a Internet se tornar uma “perfeita ferramenta de controle” (LESSIG, 2006, p. 4). O ciberespaço pode ser construído e concebido à mercê das necessidades e pode preservar ou ignorar os valores fundamentais da sociedade (LESSIG, 2006, p. 31). A Internet é composta de várias camadas de arquitetura onde a sua regulabilidade depende do design, em identificar o usuário e monitorar o seu comportamento por meio de rastreamento dos endereços de IP, o uso de cookies e sistemas de identificação e autenticação (LESSIG, 2006, p. 54). Tanto por parte das plataformas, quanto dos governos, há interesses, econômicos e comerciais das primeiras, e regulatórios dos últimos, para que as partes se unam em um esforço de controle do ciberespaço (LESSIG, 2006, p. 60). Neste sentido, Lessig (2006, p. 72) cria a expressão “Código da Costa Leste” e “Código da

Costa Oeste” (“East Coast and West Coast Codes”), referindo-se às normas legais elaboradas pelas instituições reais, representadas por Washington, DC, na costa leste, quanto pelas codificações contidas nos softwares e hardwares, representadas pelo Vale do Silício, Califórnia e Redmond, Washington, da costa oeste. Há a percepção mútua de que o código do oeste determina a regulabilidade do ciberespaço, quanto ao código do leste, pode interferir e limitar a ação do outro grupo (LESSIG, 2006, p. 72). Alerta que: “se o ciberespaço quiser ser considerado sua soberania legítima e, portanto, merecedora de alguma medida de independência e respeito, ela deve se tornar mais, claramente, uma soberania cidadã”. (LESSIG, 2006, p. 124, 129)

Críticas à escola ciberpaternalista dão conta de que o 'código' não captura toda a 'arquitetura' pois perde outras formas de regulação, como sanções informais e vigilância e “não reconhece os fluxos de informações envoltos, nos complexos sistemas, que constituem a Internet” (MURRAY, 2011, p. 275).

2.2.3 Comunitarismo em Rede

O Comunitarismo em Rede foi concebido por Andrew Murray valendo-se de duas teorias, que ele mesmo aponta, como base de sua proposta de ciberregulação: a Teoria Ator-Rede (ANT), de Michel Callon e Bruno Latour e a Teoria dos Sistemas Sociais, de Luhmann e Gunther Teubner (MURRAY, 2011, p. 12). A Teoria do Ator-Rede (ANT) pressupõe que as “comunicações sociais são constituídas por transações paralelas entre o material e o semiótico (conceitual)” e que a Internet se configura como “uma ferramenta de transformação social”. A teoria dos Sistemas Sociais, por sua vez, fixa-se nos sistemas de comunicação, abrangidos e englobados pelo sistema da sociedade, buscando estudar os fluxos de informações e comunicações entre os sistemas (MIRANDA, 2019, 77). Em última instância, a teoria de Murray defende a construção de um sistema dotado de dinamismo e capacidade comunicacional (Luhman e Habermas), em que identifica o poder de comunicação do ciberespaço, mas “desfazendo a crença de que a autorregulação seja o único modelo possível” (MURRAY, 2011, p. 275).

O próprio Murray (2018) reconhece, também, que sua teoria pode ser vista como um desenvolvimento da Escola Ciberpaternalista, tendo como distinção da “visão determinista rígida dos Estudos de Ciência e Tecnologia (STS) e, portanto, têm sido acusados de ser tecnodeterministas”, enquanto sua concepção possuiria uma “visão determinista suave que vê a tecnologia como uma força capacitadora em vez de restritiva”. Enquanto Lessig identificava

o indivíduo regulado como um ator passivo, ponto patético, na matriz regulatória, como “nó de uma rede (ANT) ou parte de uma comunidade (Teoria dos Sistemas Sociais)” (MURRAY, 2011, p. 276) e condicionado pelas quatro forças (arquitetura, normas sociais, Direito e mercado), Murray identifica o mesmo indivíduo, como um “ator ativo na complexa matriz de von Bertalanffy” e troca o ponto patético, por uma comunidade ou matriz de pontos que compartilham ideias, crenças, ideais e opiniões:

Onde vários reguladores competem pela aceitação regulatória, eles não agem em um vácuo regulatório, qualquer ação de um tem efeito sobre as ações dos outros. Isso ocorre porque todos os reguladores fazem parte de um sistema ambiental e uma mudança em qualquer aspecto desse ambiente afeta todos os que nele participam. Portanto, é errado imaginar o sujeito regulador, ou 'ponto patético', como sendo um receptor meramente passivo sentado no meio de uma torrente de demandas regulatórias. Em vez disso, o assunto regulatório pode ser visto simplesmente como outra parte do ambiente regulatório: pode ser o foco das atenções do regulador, mas [é] também parte de um Sistema Complexo e, como vimos ao discutir o Dilema do Jardineiro, o assunto da intervenção regulatória afeta o ambiente regulatório tanto quanto os reguladores em potencial. (MURRAY, 2018)

O ponto patético isolado por uma matriz de pontos que reflete a conexão da sociedade. Murray reconheceu que os atores (pontos) não eram isolados da maneira como Lessig os havia retratado, mas na verdade estavam conectados uns aos outros por meio da rede. “Os pontos não estavam agindo, individualmente, em resposta ao desafio da regulamentação e governança impostas externamente, eles se comunicaram entre si e produziram uma resposta comum”. Acreditava que a rede não restringe o indivíduo pela coerção, como concebido no ciberpaternalismo, mas sugere incentivo e persuasão e o capacita como “parte de uma matriz ativa de indivíduos ou comunidades para avaliar e então aceitar ou rejeitar qualquer acordo regulatório imposto, externamente”. (...) “Os atores da rede atuam em seus próprios interesses, e também, mais importante, se reúnem para formar comunidades autônomas” (MURRAY, 2018).

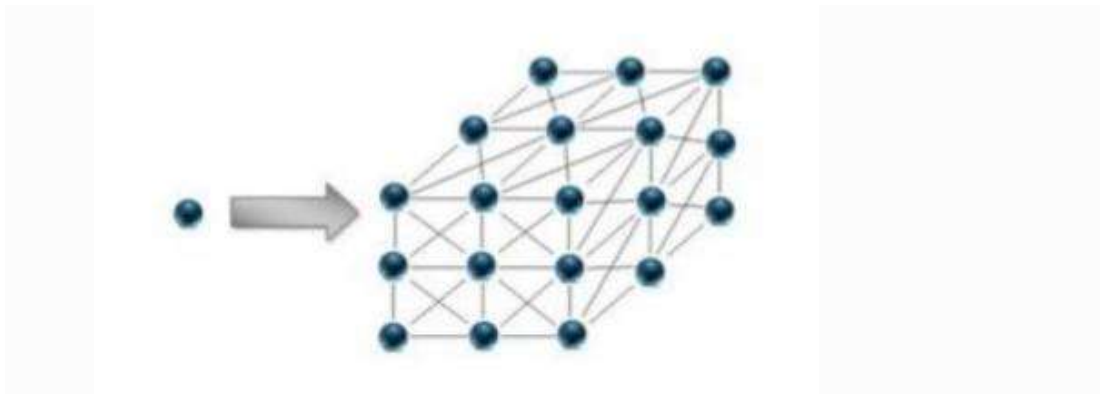


Figura 27 - O ponto patético isolado por uma matriz de pontos que reflete a conexão da sociedade. Fonte: MURRAY, Andrew. 2011.

Murray reconhece a “fluidez das complexas e dinâmicas relações da regulação da Internet, mas que estabelece um processo contínuo de comunicação entre indivíduo e sociedade, que reflete suas posições políticas e concepções”.

É minha convicção que tratando a matriz regulatória como um ambiente autopoietico, com cada grupo de atores considerado um subsistema, posso começar a entender o ambiente regulatório de forma mais completa. Ao fazê-lo, peço aos reguladores e teóricos regulatórios que adotem um ambiente regulatório muito mais complexo, pois dentro do modelo de Luhmann o efeito de cada comunicação entre os atores depende da lógica interna de cada um dos subsistemas externos auto-referentes. O controle é a premissa fundamental da regulação, mas dentro de um modelo autopoietico o controle torna-se um problema de comunicação onde os subsistemas necessários para implementar o controle são cognitivamente abertos, mas operativamente fechados. Isso significa que a comunicação entre os atores nunca pode ser certa, mas nos termos de Luhmann, uma comunicação é um acontecimento muito específico, permitindo-nos dar conta dessas dificuldades em nosso modelo regulatório. (MURRAY, 2007, p. 245)

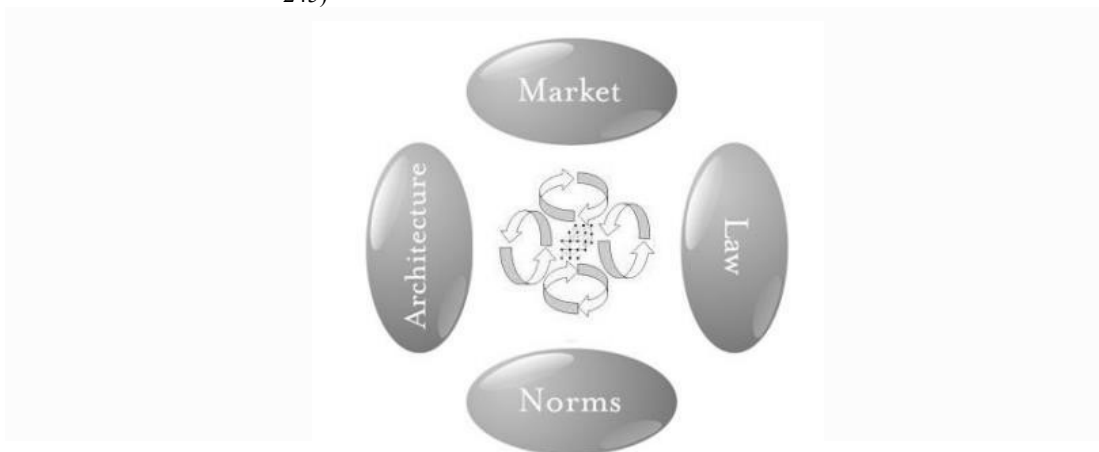


Figura 28 - Matriz regulatória como um ambiente autopoietico. Fonte: MURRAY, Andrew. 2011.

Murray reconhece que o modelo regulatório possui várias incertezas. Identifica que o modelo inicial passará de um inevitável estágio nebuloso, devido ao desconhecimento do regulador dos fatores necessários da modelagem, e, gradualmente, “a partir de sucessos e fracassos nas intervenções regulatórias”, evoluirá. Provavelmente, nunca se chegue a um modelo, com precisão regulatória perfeita, dada as constantes mudanças dos comportamentos e do uso da matriz de comunicação, o que força com que a própria regulamentação evolua e se adeque às mudanças ocorridas. O autor sugere que seria possível que as novas técnicas que tratam de grandes conjuntos de dados, como Big Data Analytics, machine learning e algoritmos avançados, “chamados de 'regulação algorítmica', possam permitir que os reguladores adotem modelos regulatórios simbióticos”, o que “exigirá mais recursos do que a regulamentação baseada em um modelo de comando e obediência”, o que implicará na demonstração de eficácia antes de ser plenamente adotado (MURRAY, 2018, p. 166).

Lund (2019) identifica que, além de Murray, na década de 2010, outros pensadores

como Barbara Van Schewick (2010), Laura DeNardis (2012 e 2014), Laura DeNardis e Francesca Mussiani (2016), Ian Brown e Christopher T. Marsden (2013), também, “adotaram o papel da arquitetura do ciberespaço sobre o exercício do poder na Internet como premissa analítica”. A autora traz o esquema gráfico para “compreender a evolução teórica dos autores cibernéticos-reguladores a partir das décadas evolutivas da própria Internet”:

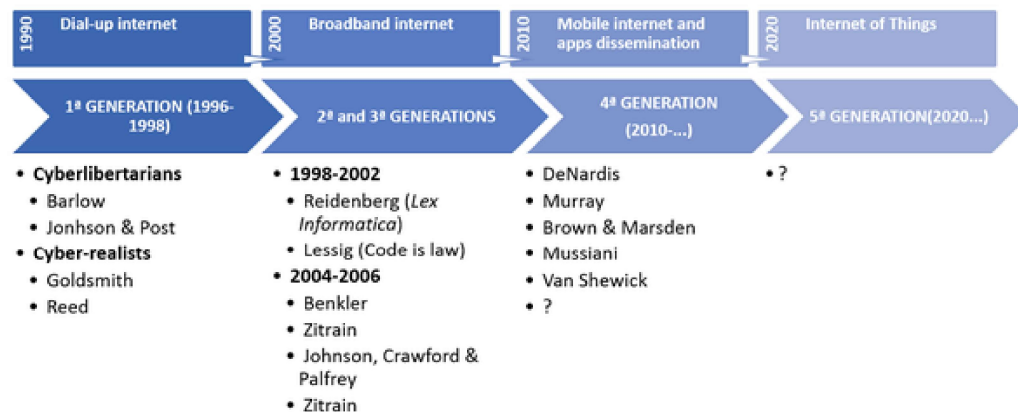


Figura 29 - Evolução teórica dos autores cibernéticos-reguladores Fonte: Lund (2019) apud Rope by Kham Tran

O modelo de Murray não se tornou unanimidade, no meio técnico, jurídico e acadêmico. Leiser (2017, p. 1 e 25) identificou problemas, com a racionalidade, tomada como premissa para modelos regulatórios, no ambiente online, concebidas por Lessig e Murray. Sugeriu que os reguladores deveriam se voltar para a criação de um “marco regulatório baseado na maneira como as pessoas, realmente, se comportam no ambiente online”. Com base no trabalho de Kanhneman (2003), Prêmio Nobel, projetou que o regulador tem que olhar para os ambientes pelos quais um ator reside, influenciado pelo contexto do momento de tomada de decisão (Locke 1841), sujeito a “contextos sociais aos quais ele se tornou exposto e acostumado e a modelos culturais”, categorias, identidades, narrativas, visões de mundo, suas crenças e os vieses para avaliar a “probabilidade de erros e vieses ao tomar decisões”. A irracionalidade é um importante componente a ser considerado, visto a “nossa dependência de atalhos mentais ao tomar decisões”. Identifica que para melhor regular o ambiente online, é necessário que se analise os tipos de decisões os usuários estão propensos a tomar, em detrimento da racionalidade, para se construir políticas, quando necessário, que compensem qualquer

“comportamento irracional ou quase racional”.

2.2.4 *Protagonismo das Plataformas e Guardiões (Gatekeepers)*

Murray, após conceber o Comunitarismo de Rede em 2007, fez acréscimos e reformulações, em que reconheceu que “certos nós da rede proporcionavam um portal entre as comunidades” (artigo ‘Regulação Simbiótica’ de 2008), conceito também adotado por Emily Laidlaw (2010 e 2015), dentre outros. Em 2011, no artigo ‘Nós e gravidade no espaço virtual’, reconheceu que “alguns atores tinham grande influência nas comunicações internas das comunidades, em virtude de seus papéis como guardiões (gatekeepers), editores, gerentes de informação ou moderadores, ou simplesmente por seu maior alcance”. Tais considerações dão destaque ao papel dos guardiões e das plataformas, no debate sobre governança e regulamentação do ciberespaço, e reconhece a existência de “desequilíbrios de informação e poder nas redes de comunicação online” (MURRAY, 2018, p. 167).

Os guardiões (gatekeepers) são nós da rede que controlam o fluxo de informações entre outros nós e/ou comunidades de nós, com destaque para as plataformas como Google, Facebook, Instagram ou provedores como Sky, BT ou ainda, em nível micro (LAIDLAW, 2010 e 2015), os indivíduos que moderam seus próprios blogs ou sites. Ao estabelecer controle nos fluxos de informações nas e entre as comunidades, os gatekeepers interrompem “as formas de discurso, nas quais o comunitarismo em rede se baseia” e, em especial os mais poderosos, recentralizam o poder na rede e restabelecem “a capacidade de usar o código para coagir os resultados”. Murray reconhece que Laidlaw contribui para o aprimoramento do Comunitarismo de Rede ao destacar e identificar atores online que “interrompem os fluxos de comunicação essenciais para que o comunitarismo em rede funcione de maneira eficaz” e que os gatekeepers mais poderosos, chamados por ela de Internet Information Gatekeepers (IIGs), “devem ter responsabilidades específicas que reflitam seu papel poderoso” na manutenção da democracia e dos direitos humanos (MURRAY, 2018 p. 168).

Julie Cohen (2017, p. 135) aponta, preliminarmente, que “a plataforma não é, simplesmente, um novo modelo de negócio, uma nova tecnologia social ou uma nova formação de infraestrutura (embora também seja todas essas coisas)”, mas uma “forma organizacional central da economia informacional emergente”. Alerta, ainda, que o processo de transformação hoje em curso propõe três mudanças significativas: “a apropriação dos recursos intangíveis, a desmaterialização simultânea e a datificação dos fatores básicos da produção industrial e a incorporação de padrões de escambo e troca, dentro de plataformas de informação”. Vaticina que, organizacionalmente, as “plataformas não entram ou expandem mercados; elas os

substituem (e rematerializam) eles”, se “tomaram forma como pessoas jurídicas discretas, com seus próprios objetivos e agendas” e não um "mercado" fictício como se imaginava.

Cohen (2017, p. 136) acredita que, diferentemente das discussões jurídicas, em torno da regulação travadas anteriormente, que focavam em “como os marcos doutrinários e regulatórios existentes devem se aplicar a informações, bancos de dados, protocolos técnicos e comportamento on-line”, o enfoque deve se ater em “como as disputas sobre informações estão remodelando o empreendimento do direito no nível institucional”, vez que a lei voltada para a economia da plataforma está sendo forjada, de forma descoordenada e ordinária pelos partícipes do mercado de informação, advogados e lobistas.

Em uma época em que os sistemas legais em todo mundo passam por um momento de crise, as plataformas vêm se amoldando e sobrepondo aos sistemas jurídicos, por meio de narrativas, sobre as estruturas das instituições jurídicas, vieses ideológicos e discurso apropriado para minimizar as suas responsabilidades e induzir para uma regulação, baseada na autodeterminação e autogovernança. As plataformas, impulsionadas por suas posições privilegiadas, têm procurado explorar a virada relacional, procedendo à incorporação de disposições de evasão de litígios em seus termos de serviço, para se prevenirem de litígios e mantê-los fora do sistema judicial. Outra via para a fuga de disputas, em torno da privacidade de informações, as plataformas contam com a frequente dificuldade dos requerentes estabelecerem a lesão ao direito, além da interpretação, acerca da imunidade legal, para intermediários on-line, de forma ampla, que os tribunais têm se firmado (COHEN, 2017).

Ben Wagner, em seu livro de 2016, *Global Free Expression - Governing the Boundaries of Internet Content*, destaca, ainda, a existência de vários gateholders, dentro da rede que regulam o ciberespaço, por meio da arquitetura e assumem “papel coercitivo de fiscalização”. Natasha Tusikov, por sua vez evidencia o poder da regulação, numa variedade de atividades de alguns gatekeepers essenciais, chamados de "pontos de estrangulamento", que mesmo não se caracterizando como guardiões, possuem habilidades técnicas especializadas e alcance global. Murray identifica que o movimento das pesquisas sobre a regulação intermediária de Laidlaw, Wagner e Tusikov, entre outros, centrada, principalmente, no poder concentrado das cinco grandes plataformas (Alphabet (Google), Apple, Facebook, Amazon, Microsoft) constitui um segundo movimento ciberpaternalista. Preocupações decorrentes sobre a concentração excessiva, destacada por estes autores, estão alinhadas com as investigações da Comissão Europeia sobre a lei de concorrência do Google, Facebook e Amazon, e visam antecipar o formato futuro da rede. A constatação que, de acordo com Pew Research, 44% dos adultos dos EUA se informam pelas notícias do Facebook, outras fontes apontam que o YouTube (Google

/ Alphabet) deve ultrapassar a audiência da TV nos EUA e que a Amazon em 2016 foi responsável por 43% do total de vendas pela Internet nos EUA, se identifica que a influência destas plataformas, as transformarão nos “principais nós reguladores nos próximos 10 a 15 anos” (MURRAY, 2018, p. 170).

Segundo COHEN (2017, p. 184) os tribunais e o Estado administrativo estão muito desparelhados para enfrentar os desafios regulatórios impostos por esta nova realidade digital, dado que seus modelos e construções normativas foram voltados para a economia industrial e não a informacional. Diante deste terreno fértil, as plataformas desenvolveram estratégias “poderosas para evitar a responsabilização regulatória”, com um amplo uso de arbitragem regulatória, bem como, “alavancaram a lógica de fechamento performativo, apropriação produtiva e imunidade expressiva e as linhas de base distributivas, sugeridas por essas lógicas” com o objetivo de permanecerem “amplamente invisíveis à supervisão regulatória”.

As plataformas que trabalham com a combinação de mão-de-obra, como Uber, Lyft, TaskRabbit, etc., se colocam como empresas de informação que o seu “verdadeiro negócio” seria a inovação. Argumentam que elas “estão, simplesmente, trazendo capacidade de produção excedente on-line e para uma nova economia orientada por freelancers que é mais ágil, mais econômica e menos impessoal”. Entretanto, Cohen entende que a descrição autointeressada e incompleta, para que “pareçam menos salientes e menos importantes do ponto de vista regulatório”, pois estas “são também estruturas para converter o trabalho dos usuários e seus clientes, em fluxos de dados monetizáveis e capital financeiro” (COHEN, 2017, p. 185).

2.2.4.1 Neutralidade do fluxo de informações, Vigilância e Dominância digital

Neste tópico, será tratado o protagonismo das plataformas digitais e, conseqüentemente, a deformação do equilíbrio de forças regulatórias de Murray, a partir do poder de organizar e controlar o fluxo de informações que transitam nos ambientes das plataformas, de estabelecer uma vigilância regulatória, mas perfilada e economicamente útil, além da transformação em oligopólios digitais de difícil enquadramento legal. Mesmo não se ajustando no exato conceito de neutralidade de rede, emprestado da regulação dos provedores de Internet e comunicações, há semelhanças com o contexto das plataformas digitais. Se existe uma grande controvérsia da neutralidade no âmbito dos provedores, é previsível que o tema suscite muita discussão no tocante à neutralidade de rede, ou melhor, do fluxo de informações exercido pelas plataformas digitais. A semelhança trazida entre estes dois universos, de infraestrutura e da camada de aplicação, se deve à importância, direito e oportunidade do fato de que os administradores de fluxo, provedores e plataformas, interfiram na veiculação das informações motivados por seus

próprios interesses, em detrimento e em desconhecimento dos seus usuários e provedores de conteúdos, donos das informações e das mensagens. O que se persegue e discute, tanto na camada de infraestrutura de comunicações quanto na de aplicações, é que haja neutralidade, ou no mínimo transparência, quanto às escolhas e filtros que estão sendo impostos aos usuários, sem que estes tenham conhecimento ou desejo, para simplesmente projetar maior lucro às plataformas. Os recursos das plataformas de organização e apresentação de resultados que visem a melhoria da experiência do usuário, sem ter *advertisement* (Ads) embutidos e ordenamentos por meros interesses comerciais, não estão sendo aqui considerados como interferências ou afronta à neutralidade. Daí a semelhança na utilização do termo entre estes dois *layers*. Por sua vez, o controle de fluxo está intimamente embricado com a íntima vigilância exercida por estas plataformas em todos os aspectos de manifestações dos usuários da Internet, chegando a suscitar o termo “era do capitalismo de vigilância” (ZUBOFF, 2019).

Outro ponto em que as plataformas se escusam das responsabilidades, se dá por intermédio de arbitragem regulatória quanto à neutralidade no fluxo de informações, onde são abarcadas por um “enquadramento legislativo desatualizado e fragmentada por um projeto institucional obsoleto”, baseadas na legislação voltada para a regulação das telecomunicações, diretamente aos provedores de banda larga e Internet sem fio (normas da FCC de 1996), em que as plataformas se beneficiam de brechas das interpretações legais. Os temas e aspectos relacionados à Internet são muito mais diversos e complexos que aqueles endereçados pela legislação de telefonia, requerendo que a regulamentação da neutralidade da rede forneça “diretrizes para a distinção entre os dois” universos (COHEN, 2017, p. 186).

Diante da conformação atual do mercado digital, com a existência de poucos e gigantes players, forma-se um cenário oligopolista com grande poder de ação no mercado. O tema de regulação antitruste é recorrente, mas tem também sido utilizado ineficientemente pelo atual ordenamento jurídico e metodologias regulatórias convencionais, dado que este arcabouço se volta para o mercado tradicional e as plataformas possuem artifícios como endereçamento de grupos de usuários isoladamente, “heurísticas secundárias, como a distinção básica do regulador da concorrência entre estratégias de integração horizontal e vertical” que destoam do universo regulatório tradicional. Os tribunais e formuladores de políticas, acostumados com os modelos econômicos tradicionais, estão sendo impactados por também não estarem acostumados a tratar com a “complexidade e a opacidade das estruturas de interconexão massivamente intermediadas e baseadas em plataformas” (COHEN, 2017, p. 189).

De mesma forma, o trato com o consumidor, onde a proteção se baseia que “fluxos de informações sobre bens, serviços e capacidades oferecidos sejam precisos e imparciais” de

maneira que regras venham a proibir “a discriminação injusta dos mercados de emprego, finanças e habitação” não são plenamente atendidos. Trata-se de manipulação assimétrica de abundância de informações de formas “endêmicas” performada pelas plataformas e que dificilmente são detectadas pelos órgãos de controle, dada as suas deficiências em analisar os modelos e métodos algoritmos, e técnicas de inteligência artificial utilizadas fartamente por estas instituições digitais. Cohen afirma que com a nova lógica da “apropriação produtiva” induz que o “processamento irrestrito da informação seja o padrão e as restrições a exceção”, bem como que a questão regulatória seja conduzida em favor da governança voluntária e de boas práticas, desincentivando o surgimento de novos e “rigorosos métodos de supervisão pública” (COHEN, 2017, p. 190-191).

Julie Cohen (2017, p. 191) identifica que as plataformas estimulam e alimentam um conceito oriundo dos primórdios da Internet, que nas palavras de Barlow (1996) em seu discurso “A declaração de Independência do Ciberespaço”, proclamou a Internet um espaço onde as legislações atuais não mais vigoravam e que os “conceitos legais de propriedade, expressão, identidade, movimento e contexto não se aplicam” aos ocupantes do ciberespaço, vez que “eles são todos baseados na matéria, e não há nenhuma questão aqui [na Internet]”. E, de forma alarmante, aponta que as garantias que protegem os direitos fundamentais dos usuários, como liberdades de expressão e associativas estariam sendo suprimidas.

As proteções previstas nas garantias fundamentais, conceitualmente se referem a uma relação do Estado com seus cidadãos. As plataformas privadas que controlam os fluxos de informação estatuem, na prática, os limites das experiências, das manifestações, da capacidade associativa e comercial dos seus usuários. De forma surpreendente, a partir das revelações vazadas pelo Snowden, verificou-se que “tanto os provedores tradicionais de telecomunicações quanto as empresas de plataforma são participantes essenciais em operações de vigilância governamentais em andamento e aparentemente sem lei”, constituindo-se “intermediários de vigilância” (ROZENSHTAIN, 2018). Porém, a vigilância conduzida pelas plataformas não se restringe àquelas ditadas pelos governos, mas também as de iniciativa própria, para perfilação de seus usuários e manipulação dos fluxos de informações, com fins essencialmente comerciais. Tais procedimentos tornaram as plataformas “cúmplices na construção da sociedade de vigilância em que seus clientes agora se encontram envoltos”, mesmo que nunca plenamente reconhecido por elas. Por trás da salvaguarda de proteção de conteúdo, a partir da utilização de forte criptografia de mensagens, não há impedimento para que as plataformas se utilizem dos metadados ou “traços digitais” que guardam informações úteis como a localização dos dispositivos móveis, sensores de rastreamento de interesses e estímulos físicos, virtuais, frequência

de acesso, informações de cliques, rede de relacionamentos, etc. A utilização destes metadados têm o objetivo de estruturar perfis dos usuários e “modulação preditiva de fluxos de informações” a partir da utilização de inteligência artificial e machine learning, com ampla utilidade econômica e de vigilância para fins privados e estatais (COHEN, 2017, p. 196, 198).

Julie Cohen (2017, p. 199) destaca a existência de vulnerabilidades na arquitetura de plataformas para proteção à vigilância estatal. As respostas às investidas governamentais por vigilância “produziram mudanças significativas no equilíbrio de poder”, porém, muitas vezes, geraram maior autoridade às empresas para coibir às ameaças de vigilância, mas que podem significar diminuição da proteção das liberdades humanas vitais – mesmo que o próprio espaço propiciado pelas plataformas se tornaram “fundamentais para o exercício dessas liberdades”.

As plataformas têm se assemelhado cada vez mais com Estados soberanos, participando ativamente da construção de novas instituições transnacionais, que resistem ao controle estatal tradicional, sediadas em determinados países, mas possuem ativos físicos por diversos países e conseguem, a partir de seu grande poder econômico, controlar em diferentes níveis a capacidade regulatória e arbitragem dos governos físicos; possuem e controlam espaços virtuais que congregam bilhões de usuários, eclipsando populações de estados-nação; e buscam independência regulatória que as permitam se posicionar como “administradoras conscientes e neutras da infraestrutura digital global”. (COHEN, 2017, p. 201).

À medida que as plataformas constroem instituições e práticas regulatórias próprias se posicionam além de uma diplomacia aos moldes dos estados soberanos. Representantes de suas empresas interagem com os governos e estabelecem laços de diálogo que busquem equalizar as questões que afetam mutuamente. De forma vanguardista, a Dinamarca constituiu um embaixador digital para se concentrar nas relações com as principais plataformas, à semelhança da diplomacia tradicional. O papel destas empresas é cada vez mais independente e importante nos novos cenários de governança transnacional e na ordem jurídica global emergente (COHEN, 2017).

Julie Cohen (2017, p. 203-204) destaca que “os padrões descoordenados de intervenção estratégica e interesses próprios por parte das empresas de plataforma estão produzindo novas formações jurídico-institucionais otimizadas para seus diversos projetos e objetivos” e reconhece que “as instituições jurídicas devem mudar para atender às demandas da época, e por isso é lógico que a ascensão das plataformas deve produzir novas relações jurídicas e novos assentamentos institucionais”. Entretanto, alerta que “a plataforma se tornou um vetor principal da desestabilização institucional e que alguns custos humanos importantes estão começando a se materializar” e questiona “até que ponto as instituições jurídicas devem se curvar ao serviço

do poder econômico emergente ?”

Murray (2018, p. 170) afirma que os indivíduos e grupos no ciberespaço “escolherão aceitar ou negar a autoridade de uma lei” baseados nas próprias atividades e a correlação da reivindicação da autoridade justificável, da sua legitimidade para com o grupo a que pertençam. Diante da escolha entre a obediência a uma norma social ou outra legal, dependerá do tamanho da lacuna existente entre si. De mesma forma, a aceitação das normas de design e conjunto de valores padronizados pelo código dependerá da aceitação pela comunidade aos limites impostos. “As comunidades, ao que parece, não fazem distinção entre leis, substantivos e arquitetura ou design”. O poder das cinco grandes plataformas poderá, entretanto, corromper esta dinâmica, pois o seu alcance a números bilionários de usuários, as transformam em ferramentas indispensáveis ao convívio com amigos e familiares, o que reduz a capacidade de discordância do indivíduo das suas posições normativas (normativo legal, normativo social ou normativo de design). Há no entanto a possibilidade de que os legisladores atuem para conter os gatekeepers, desencadeando um jogo de forças entre si, tendo os atores do ciberespaço como pêndulo em razão da aceitação ou não da autoridade e legitimidade de cada um. E a histórica disputa no ambiente de tecnologia de computação e comunicação, travada entre os conglomerados econômicos e os agentes legais e legislativos antimonopolistas, bem como as disrupturas de modelos e padrões tecnológicos, transformam continuamente o mercado, em movimentos de concentração e desconcentração, e de descontinuidade e surgimento de novos expoentes tecnológicos (MURRAY, 2018, 170-171).

Baseado nestas constatações, Murray (2018, grifos nossos) vaticina que

o modelo Comunitário em Rede só pode funcionar se os nós da rede puderem se comunicar entre si e, embora isso possa ser possível dentro de micro comunidades, não é necessariamente verdade no macroespaço que é a Internet. O verdadeiro modelo de regulação e governança no ambiente online está provavelmente em algum lugar entre o Ciberpaternalismo e o Comunitarismo em Rede, ambos reconhecendo que muito do poder de decidir o design futuro do espaço está nas mãos de algumas plataformas.

2.2.5 Regulação Híbrida

De acordo com Natasha Tusikov (2018, p. 2), a regulação híbrida aplicada ocorre quando os Estados “pressionam os atores corporativos a excederem suas responsabilidades legais voluntariamente”. Define, ainda, que nestas circunstâncias, “a regulação híbrida refere-se à mistura de medidas regulatórias (*hard and soft law*) e atores (estatais e societários), bem como às “possíveis sinergias entre mecanismos vinculantes e não vinculantes” (TRUBEK, TRUBEK, 2005, p. 344). Esta sistemática, de regular por meio de intermediários, caracteriza o Estado regulador (BRAITHWAITE, 2000) ou mais especificamente como meta-regulador, na

medida que exerce o poder controlador sobre agentes privados e da sociedade civil, que atuam como os verdadeiros reguladores (AYLING, GRABOSKY, 2006; CHERNEY *et al.*, 2006). Segundo a autora, a regulação híbrida imposta guarda “semelhanças com a autorregulação imposta (AYRES, BRAITHWAITE, 1992), autorregulação coerciva (BLACK, 2001; BONNICI, 2008) e pedidos privados promovidos pelo estado (BRIDY, 2011)”.

Aponta Tusikov (2018), que, ao serem compelidos a atuar como reguladores das próprias plataformas, estas abarcam crescentes custos e responsabilidades, eximindo o Estado destes ônus, e atuam como guardiões e reguladores intermediários de seus usuários. Historicamente, revela que, desde o surgimento da Internet (final dos anos 1970) até os anos 2000, as iniciativas regulatórias, por ausência de leis específicas, partiram dos engenheiros, acadêmicos e usuários iniciais que criaram os primeiros aplicativos e redes (BROWN, ZIEWITZ, 2013), como também dos intermediários da Internet, notadamente a partir dos anos 1990. O interesse governamental intensificou após os ataques terroristas ocorridos em 2001, elevando, significativamente, as responsabilidades regulatórias dos intermediários da Internet. Entretanto, os limites e obrigações legais de policiamento de irregularidades das plataformas digitais não são claras.

As grandes plataformas digitais que possuem abrangência global, têm sido compelidos a se adequarem aos programas de conformidade impostas pelos EUA e da Europa, com vistas a submeterem suas centenas de milhões de usuários de seus serviços, às regras requeridas por estes governos. Tal estratégia, visa em última instância, atingir e influenciar social, política e economicamente uma gama de pessoas muito além das cercanias legais dos domínios jurídicos daqueles Estados, passando a ter um alcance global, condição esta que não estaria alcançável no exercício regular das respectivas soberanias (TUSIKOV, 2018).

O uso das plataformas, como reguladores, tem reconhecimento da sociedade, como agentes eficazes para agir de forma responsiva, rápida e atualizada tecnologicamente (TUSIKOV, 2018). Entretanto, a sociedade se mostra muito mais exigente e crítica das plataformas, demandando contínuas e maiores responsabilidades e sanções para as plataformas. Annemarie Bridy (2018) detectou uma crescente pressão política da sociedade, na medida em que verificou, por meio de pesquisa do Pew Research Center, que o público acredita que as plataformas de mídia social não estão fazendo o suficiente para lidar com o assédio online, que oito em cada dez entrevistados entendem que as plataformas online devem ser responsáveis pelo policiamento e prevenção de abusos online, demonstrando a preocupação sobre o assédio, efeitos nocivos da exposição online a informações falsas ou imprecisas. A pesquisa revelou que metade dos entrevistados priorizou um ambiente protegido em detrimento da livre expressão,

sugerindo uma preferência pública emergente por uma moderação de conteúdo mais ativa nas plataformas de mídia social. Este ambiente de incertezas oportunizou que os opositores políticos das Big Techs busquem capitalizar a crescente ansiedade do público sobre o estado da economia da informação online. Em resposta, as plataformas de mídia social como Google, Facebook, Twitter e Microsoft se voluntariam para se autorregular, criarem códigos de conduta e outras medidas, em reconhecimento que o ambiente político e cultural foi alterado drasticamente em relação há cinco anos (BRIDY, 2018).

Em recente convocação do Congresso dos Estados Unidos para discutir as operações das grandes plataformas digitais, os seus CEOs, Mark Zuckerberg, do Facebook, Sundar Pichai, do Google, e Jack Dorsey, do Twitter, tiveram de responder a perguntas acerca de suas operações, mas que versaram destacadamente sobre a polêmica da liberdade de expressão e a regulação dos discursos de ódio que polarizavam as discussões políticas pré-eleitorais americanas. O âmago da discussão girava em torno da aplicabilidade e adequação das legislações, em especial a Seção 230, frente às garantias constitucionais de liberdade expressão, explicitadas na Segunda Emenda. Os conservadores republicanos defendiam a reforma da redação da Seção 230 para evitar que as expressões consideradas *fake news*, abusivas e de ódio dos seus representantes, notadamente do Presidente Trump, fossem retiradas de circulação, sob o argumento que tal procedimento feria o direito de livre expressão. Por outra sorte, os liberais e democratas advogavam que as plataformas deveriam atuar ativamente e com maior empenho no controle da proliferação das desinformações e discursos deliberadamente ofensivos e discriminatórios. Os executivos foram unânimes em demonstrar preocupações com as consequências deletérias da eventual modificação ou supressão da Seção 230, em razão da possibilidade de que tais mudanças iriam impactar na forma como a Internet funcionaria, como as plataformas iriam ficar fragilizadas legalmente na prática de atos de retirada de conteúdos, em nome da proteção dos seus usuários, e como, por fim, a liberdade de expressão acabaria por ser ainda mais afetada (CAPELAS; WOLF, 2020; G1.COM, 2020).

Como subsídio para melhor delimitar e ajustar as atividades destes novos conglomerados tecnológicos e econômicos às necessidades e anseios da sociedade, talvez valesse a pena considerar a adoção de medidas obrigacionais a serem impostas às plataformas, sugeridas por Gillespie (2018, p. 213-216, grifos nossos e tradução livre):

- **Obrigações de Transparência** – As plataformas poderiam ser obrigadas a informar dados sobre o processo de moderação ao público ou a uma agência reguladora. Várias das principais plataformas já relatam voluntariamente pedidos de retirada, mas estes tipicamente se concentraram em pedidos do governo. Até recentemente, nenhum relatou sistematicamente dados sobre sinalização, alterações de políticas ou remoções feitas por conta própria.

Facebook e YouTube começaram a fazê-lo em 2018 e devem ser incentivados a continuar.

- **Normas mínimas para moderação** – Sem exigir que a moderação seja tratada de forma particular, padrões mínimos para o pior conteúdo, tempos mínimos de resposta ou mecanismos obrigatórios de reparação ou recurso podem ajudar a estabelecer um nível básico de responsabilidade e paridade entre as plataformas.
- **Práticas recomendadas compartilhadas** – Uma agência reguladora poderia fornecer um meio para que as plataformas compartilhem as melhores práticas com moderação de conteúdo sem levantar preocupações antitruste. Especialistas externos poderiam ser alistados para desenvolver as melhores práticas em consulta com representantes do setor.
- **Ouvidoria Pública** – A maioria das grandes plataformas aborda o público apenas por meio de seus blogs corporativos, ao anunciar grandes mudanças na política ou responder a controvérsias públicas. Mas isso é por iniciativa própria e oferece pouco espaço para resposta do público. Cada uma das plataformas poderia ser obrigada a ter uma ouvidoria pública que respondesse a preocupações públicas e traduza essas preocupações para os gestores de políticas internamente, ou um único "conselho de mídia social" poderia responder a reclamações públicas e exigir a responsabilização das plataformas.
- **Contribuições Financeiras para Apoiar Organizações e Programas de Alfabetização Digital** – Grandes plataformas como o Twitter têm se apoiado em organizações sem fins lucrativos para aconselhar e até mesmo lidar com alguma moderação, bem como para mitigar os custos socioemocionais dos danos que alguns usuários encontram. Programas de alfabetização digital podem se expandir para melhor lidar com assédio online, discurso de ódio e desinformação. Desfrutar de proteções de porto seguro da Seção 230 pode implicar plataformas ajudando a financiar esses esforços sem fins lucrativos.
- **Um Painel Consultivo Especializado** – Sem assumir a supervisão regulatória de um órgão governamental, um painel de reguladores, especialistas, acadêmicos e ativistas poderia ter acesso a plataformas e seus dados para supervisionar a moderação de conteúdo sem revelar o funcionamento interno das plataformas ao público.
- **Supervisão Consultiva dos Reguladores** – Uma agência reguladora do governo poderia consultar e revisar os procedimentos de moderação de conteúdo nas principais plataformas. Ao se concentrar na revisão dos procedimentos, tal fiscalização poderia evitar o aparecimento de impor um ponto de vista político. Tal revisão poderia, em vez disso, ser sensibilizada para os problemas mais sistêmicos da moderação de conteúdo.
- **Proteções trabalhistas para moderadores** – A moderação de conteúdo em grandes plataformas depende de crowdworkers, seja interno para a empresa ou contratados por meio de serviços temporários de terceiros. As diretrizes poderiam garantir que esses trabalhadores tenham proteções básicas de trabalho, como seguro de saúde, garantias contra a exploração do empregador e maior cuidado com os potenciais danos psicológicos que podem estar envolvidos.
- **Obrigações de compartilhar dados de moderação com pesquisadores qualificados** – O direito ao porto seguro poderia vir com a obrigação de criar mecanismos razoáveis para acadêmicos qualificados acessarem dados de moderação da plataforma, a fim de permitir a investigação de perguntas que as plataformas podem não pensar ou querer responder. A parceria de pesquisa entre o Facebook e o Conselho de Pesquisa em Ciências Sociais anunciada em 2018 ainda não deu detalhes, mas alguma versão desse modelo pode ser estendida a todas as plataformas.
- **Portabilidade de dados** – As plataformas de mídia social têm sido resistentes a tornar os perfis e preferências dos usuários interoperáveis entre as plataformas. Mas os dados de moderação, como usuários bloqueados e conteúdo sinalizado,

poderiam ser tornados portáteis para que os usuários não sejam obrigados a duplicar seus esforços nas plataformas que frequentam.

- **Construir sistemas para auditorias regulares** – Sem exigir total transparência no processo de moderação, as plataformas poderiam construir mecanismos para que pesquisadores, jornalistas e até mesmo usuários conduzissem suas próprias auditorias do processo de moderação, a fim de entender melhor como as regras se saem na prática.
- **Reconsideração Legislativa Regular da Seção 230** – A Lei de Direitos Autorais do Milênio Digital estipulou que a Biblioteca do Congresso revisitasse a lista de exceções a cada três anos para explicar as mudanças de tecnologias e as necessidades emergentes. A Seção 230, e quaisquer obrigações correspondentes que possam ser emparelhadas com ela, poderiam vir à tona para o reexame para explicar o funcionamento em rápida mudança das plataformas de mídia social e a natureza ainda mais rápida de assédio, ódio, desinformação e outros danos.

2.3 REGULAÇÃO DAS PLATAFORMAS

Uma das forças regulatórias de Murray, as plataformas digitais, ocuparam um papel de destaque neste ambiente, que procura estabelecer limites na Internet e proteções para a sociedade. Se faz necessário que se abra um espaço de observação específico para estes atores, pois, diante do enorme poder acumulado, eles tracionam, fortemente, tanto o ciberespaço, a sociedade e o ambiente regulatório, agindo em várias pontas e ocupando diversos e determinantes papéis no combate às *fake news*.

A forma digital de difusão de comunicação por meio de plataformas produziu um grande impacto nas formas de regulação da comunicação. Para tratar de um grande grupo na era pré-digital, era necessário ter acesso a uma forma de transmissão ou mídia de massa a partir de um para muitos através de um ponto de transmissão central designado. A massa e os meios de transmissão centralizaram, assim, o ponto de controle da informação, permitindo o controle do fluxo de informações por um indivíduo ou por um pequeno grupo. O fato de os meios de comunicação de massa / radiodifusão estarem no controle centralizado tornou essas formas de mídia fáceis de regulamentar e levou muitos a supor que conspirações de silêncio seriam alcançadas entre provedores de mídia e estados. A digitalização interrompeu o ambiente estabelecido, tanto social quanto legalmente. A tecnologia de comunicação em massa muda tanto a maneira como as pessoas interagem quanto a forma como os reguladores procuram controlar o conteúdo. Em nenhum lugar isso é mais claramente demonstrado do que no desenvolvimento a partir da Web 2.0, um termo cunhado para descrever esse processo de convergência de mídia / comunicações que permite maior criatividade, comunicações, compartilhamento de informações, colaboração e funcionalidade da Web (MURRAY, 2013).

Constata-se uma mudança de poder e, com ela, a responsabilidade de agir com

consideração aos concidadãos. Começa com uma discussão de fundo sobre as tecnologias envolvidas, desde sistemas web 1.0 até as plataformas digitais de hoje. Ao fazê-lo, traz as implicações sociais da mudança de poder das organizações de mídia centralizadas para o "jornalismo cidadão" descentralizado. Tais mudanças exigem que cidadãos passem tenham compromissos somente entre uns aos outros nesse novo ambiente, com evidente dificuldade para os reguladores possam garantir que a responsabilidade social seja cumprida. Outra questão vital que surge, são quais os valores que predominam ao regulamentar uma ferramenta de mídia global que não reconhece as fronteiras tradicionais, onde os discursos político, de ódio e comercial se mostram as questões mais difíceis atualmente, pois existem valores regulatórios altamente divergentes entre, em particular, os EUA, que aplicam o princípio da Primeira Emenda, e a União Europeia, que aplica uma abordagem um pouco mais restritiva de "tolerâncias" (MURRAY, 2013).

A nova mídia sempre deu força a um desafio à solução regulatória tradicional, mas mesmo a web 1.0, com seu tradicional modelo de distribuição centralizada, estava sujeita a uma regulamentação efetiva (até certo ponto). A partir da Web 2.0, no entanto, a regulação funciona de forma descentralizada: não há moderador ou *gatekeeper* (na maioria) dos sites da Web 2.0, em parte devido aos custos proibitivos envolvidos. Os sites da Web 2.0, se forem moderados, geralmente são reativamente moderados, não de forma proativa. Eles dão uma capacidade de distribuição de mídia sem precedentes para aqueles menos capazes de gerenciá-lo: crianças e jovens. Os custos da impressora e da torre de transmissão, originalmente substituídos em 1995 pelo custo do PC e da ligação à Internet, foram agora substituídos por um celular gratuito com capacidade de vídeo: por outras palavras, o custo da transmissão é insignificante (MURRAY, 2013).

Embora haja um grande número de efeitos positivos a serem sentidos na web 2.0, principalmente em redes sociais, facilidade de acesso e capacitação de indivíduos para distribuir conteúdo, há também alguns efeitos negativos iminentemente prejudiciais. Surge com o potencial digital da comunicação, um desafio de traçar a linha entre liberdade de expressão e proteção para o indivíduo e sociedade, dado que a fala pode ser psicologicamente prejudicial (como em *bullying* e discurso de ódio), socialmente prejudicial (como na pornografia), pessoalmente prejudicial (como em discurso difamatório) e economicamente prejudicial (como na violação de direitos autorais) (MURRAY, 2013).

Com a web 2.0 surgem as plataformas de redes sociais com uma nova forma de financiamento por meio de comercialização de espaços publicitários em troca de acesso aos usuários. As relações estabelecidas entre o prestador de serviços e o usuário tomador

estabelecida por meio de termos de uso (ToU – *terms of use*), operam no espaço privado onde imperam a complexidade e obscuridade, que tornam qualquer consentimento significativo do usuário em grande parte ilusório. A questão mais debatida é a comercialização das ações de marketing em função dos dados personalíssimos dos usuários e o direcionamento do usuário por caminhos digitais dentro das plataformas, em que não tem pleno conhecimento (BROWN, MARSDEN, 2013). De mesma esteira, surgem questionamentos, como o de Edwards (2008 *apud* BROWN, MARSDEN, 2013) que levantou a importante questão prática de reversão: os usuários podem garantir o retorno de suas informações, e sua exclusão pelo Sistemas de Redes Sociais (SNS) e terceirizados, no caso de um acordo contratual com o SNS terminar sem falha em nenhum dos lados?

Os Sistemas de Redes Sociais (SNS) mais populares, incluindo Facebook, Baidu e Google, insistem em que os usuários revelem sua verdadeira identidade como uma questão de seus ToU. Como resultado, o anonimato é teoricamente impossível. Na realidade, muitos usuários tentam contornar as políticas de "nomes reais" de tais redes, embora as maiores redes tenham introduzido políticas e policiamento de pseudonimato e contas invalidadas onde tais políticas são suspeitas de terem sido violadas. Isso é reivindicado por motivos de segurança, mas também é mais atrativo comercialmente para os anunciantes saberem o sexo, a preferência sexual, as preferências culturais e a idade dos usuários, a fim de segmentar a publicidade com mais êxito (BROWN, MARSDEN, 2013).

Niall Ferguson (2019) por sua vez, entende que as plataformas de rede são responsáveis pelo conteúdo que trafegam, e os considera os maiores editores da história, a ponto de 80% dos americanos só consultarem o Google ou Facebook como fonte de notícias. Pondera que apesar de não serem neutras, não se deve torná-las censores das nossas comunicações, mesmo havendo a constatação de essas plataformas se transformarem em esfera pública.

Segundo Talerton Gillespie (2010) da Universidade de Cornell as “plataformas não apenas medeiam o discurso, elas o constituem (not just mediate public discourse; they constitute it)”. Para Marshall McLuhan (1996) “a mensagem é o meio”. Guilherme Pinheiro (2020, p. 96-97) conclui que “a moderação não é acidental, ocasional ou ancilar à atividade principal dos intermediários, mas essencial, constante, e parte definidora do que as plataformas fazem”, pois “mantêm equipes, times e forças-tarefas de empregados ou terceirizados, de simples revisores até um corpo jurídico e consultores especializados”. Destaca que “muitas vezes, a atividade de moderação é, inclusive, “delegada” aos usuários”. Em suma, as plataformas efetivamente “moderam (removem, filtram, suspendem), recomendam (pelo news feed, trending lists, sugestões personalizadas), fazem curadoria (selecionam, organizam e apresentam conteúdo ao

gosto do cliente, ofertas na primeira página, etc.)”.

Marcos Urupá Lima e Jonas Valente (2020) defendem que a regulação das plataformas, em suma, é motivada pelos seguintes aspectos:

- 1) o crescimento do poder das plataformas digitais;
- 2) os problemas decorrentes das ações desses agentes;
- 3) a relação assimétrica entre as plataformas e os seus usuários;
- 4) garantir competição e para assegurar direitos e responsabilidades;
- 5) suprir a carência normativa e insuficiência de instrumentos de controle atuais para lidar com as questões listadas e advindas da atuação das plataformas.

2.3.1 Plataformas digitais: agnosticismo e neutralidade x edição e moderação de conteúdo

O termo neutralidade da rede foi inicialmente cunhado por Tim Wu (2016) e sintetizado por Guilherme Pinheiro (2017, p. 36) que a definiu como “um princípio de design, no qual uma rede de infraestrutura de informação com máxima utilidade pública tem a aspiração de tratar todo conteúdo, sites e plataformas igualmente” (PINHEIRO, 2017, p. 36). Christopher Yoo (2004), detalhou o conceito e acrescentou que a rede ou o seu operador deve se posicionar com neutralidade em relação aos pacotes de conteúdos que transitam por suas infraestruturas. O Decreto nº 8.771/2016, que regulamenta o Marco Civil da Internet, em seu Art. 10, delineia a neutralidade de rede:

As ofertas comerciais e os modelos de cobrança de acesso à Internet devem preservar uma Internet única, de natureza aberta, plural e diversa, compreendida como um meio para a promoção do desenvolvimento humano, econômico, social e cultural, contribuindo para a construção de uma sociedade inclusiva e não discriminatória.

Já Guilherme Pinheiro (2017, p. 40) lapidou o termo, definindo como “o tratar de forma isonômica pacotes de dados, sem distinção por conteúdo, origem e destino, serviço, terminal ou aplicação, com a vedação de bloquear ou degradar o tráfego com base em critérios subjetivos”. Faz uma comparação com a rede elétrica que permite indistintamente a conexão de qualquer aparelho elétrico, não fazendo discriminação de marca, posição geográfica, tipo de aparelho ou filosofia (PINHEIRO, 2008).

Como tratado anteriormente, embora o termo neutralidade de rede tenha se voltado inicialmente para o ambiente de infraestrutura de telecomunicação, entendo que o conceito de neutralidade também pode ser utilizado para servir de base regulatória da camada posterior à rede física, em que as plataformas e gatekeepers interveem no fluxo de informações. Aqui, utilizando-se do paralelo traçado pelo Guilherme Pinheiro em relação às redes elétricas, ousou

traçar um novo paralelo e ampliar conceito e referir como neutralidade do fluxo de informações, como abordado em tópico anterior. O intuito da preservação do termo “neutralidade” reside na manutenção do argumento de que o meio, seja o provedor, na camada de infraestrutura, ou a aplicação, na camada de aplicação, não deveria interferir no fluxo de informações com base no seu conteúdo, à margem do conhecimento e interesse do usuário, com vistas a majorar seus ganhos financeiros.

A importância das redes sociais no contexto de acesso às notícias e demais recursos da Internet tem grande impacto no comportamento dos usuários do ciberespaço. Com artifícios como a política comercial de zero rating, que libera o acesso às plataformas mais utilizadas pela população nos planos de Internet contratados das operadoras de telecomunicações, as plataformas se tornaram um ponto de acesso inicial e de interação dos usuários da Internet. De acordo com um levantamento feito pelo site QZ.com (PINHEIRO, 2020, p. 68), por incentivo da política comercial de zero rating para as redes sociais, o acesso às notícias tem sido feito por seu intermediário, fazendo com que nas Filipinas, 40% disseram usar o Facebook, mas apenas 35% a Internet; na Tailândia, 46% alegam usar o Facebook, mas só 28% disseram utilizar a Internet; na Indonésia, dos que usam o Facebook, mais da metade diz não usar a Internet ou links fora do Facebook; na Nigéria, esse percentual sobe para quase 70%. Quando perguntados se concordam com a seguinte frase: “O Facebook é a Internet”, 65% concordam com ela na Nigéria; 61% concordam na Indonésia; 58%, na Índia; 55%, no Brasil. Nos Estados Unidos, apenas 5% concordam com a afirmação. Pacotes de acesso facebook-only muito baratos. Na Índia, cobra-se mensalmente apenas US\$ 2,50. Na Indonésia, os planos custam cinco vezes menos que planos de acesso a toda a Internet. Dada o protagonismo das redes sociais no tocante ao acesso às informações, a neutralidade, que defende a não distinção de conteúdo e o tratamento isonômico dos dados e informações que trafegam, é ponto crucial na discussão sobre a regulação das plataformas e da Internet como um todo.

O princípio da neutralidade de rede, é, no nosso entender, válido para a neutralidade do fluxo de informações, sob o prisma do direito negativo, procura minimizar o não recebimento de informações variadas e adequadas ao público em geral, enquanto no direito positivo busca-se a “proteção legal da manifestação do pensamento para um cenário de regulação da informação e seus meios” (PINHEIRO, 2017, p. 86). De forma geral, o princípio da neutralidade abarca o direito de informação, na medida em que preconiza que os dados trafegados devem ser tratados de maneira equalitária de forma a evitar que os conteúdos sejam objeto de controle direto ou indireto pelos proprietários da rede. Incluo aqui também as plataformas e gatekeepers, com objetivo último de preservar os três níveis do direito da

informação: o direito de informar, o direito de se informar e o direito a ser informado.

Diante da característica da Internet possuir “natureza jurídica múltipla, mesclando elementos dos direitos reais, pessoais, intelectuais e obrigacionais dentro de uma perspectiva totalmente nova”, e de difícil transposição dos direitos, restrições ou regulamentos das outras mídias existentes e já regulamentadas, Pinheiro (2008, p. 237) elencou cinco grandes atores na regulação da neutralidade da Internet (2017, p. 41):

- (i) os provedores de serviços de acesso à Internet ou Internet Service Providers - ISP's;
- (ii) os usuários finais, ou end users;
- (iii) provedores de conteúdo ou Content Providers - CP's;
- (iv) os ativistas digitais, em muitos casos financiados por organismos internacionais;
- (v) organismos estatais.

Entretanto, dada a posição hegemônica das plataformas digitais, em nosso entender, estas poderiam ser agregadas como mais um elemento importante, o sexto ator da regulação.

A neutralidade, tem sua importância atrelada principalmente ao princípio constitucional da liberdade de expressão, mesmo que também enderece outros, como a livre concorrência e vedação ao abuso econômico. Entende-se, lastreado por Canotilho e Vital Moreira, que o princípio da liberdade de expressão abrange tanto o direito de expressão do pensamento quanto o de informação. Nesta seara, a censura, seja prévia quanto a posterior, constitui instrumento utilizado “mediante violência, seja a de ordem institucional, seja a de ordem social”, a ser evitado, para não afrontar a liberdade de expressão. Jorge Miranda entende que o direito fundamental protegido se refere ao das gerações futuras, tendo o “surgimento de inovações tecnológicas constantes e a comunicação social de massa como possíveis celeiros de ameaças”, o que torna “premente de regulação”. A neutralidade constitui um artifício com “força principiológica robusta” para a proteção da liberdade de expressão, no âmbito dos algoritmos e arquitetura, seja das redes quanto das plataformas digitais e busca evitar abusos do poder sobre Internet que resulte em “controle, direto ou indireto, do conteúdo por parte dos proprietários da rede e de quais conteúdos serão mais ou menos acessíveis aos usuários da Internet”, voltando-se para os três níveis do direito da informação: o direito de informar, o direito de se informar e o direito a ser informado (PINHEIRO, 2017, p. 80, 72, 74 e 87).

Não menos importante, a neutralidade é um elemento nefrágico para assegurar a multiplicidade de fontes de informação, a proteção da ordem econômica para resguardar contra práticas monopolistas abusivas e condutas anticompetitivas. As prerrogativas regulatórias do Poder Público devem ser utilizadas com vistas à preservação da neutralidade, ao garantir a possibilidade de acesso pelos usuários, mas com parcimônia para não restringir a “liberdade de

manifestação do pensamento, expressão e informação, sob qualquer forma, processo e veículo” (PINHEIRO, 2008, p. 241), bem como para gerar desestímulos ao investimento no desenvolvimento dos componentes da rede, seja no âmbito da infraestrutura (PINHEIRO, 2017). Há a preocupação acerca da dosagem e intensidade quanto à adoção do princípio. Pinheiro (2020, p. 80) sintetiza que a “neutralidade de rede enquanto conceito absoluto não é factível e pode violar os valores que advoga representar”, como também “é mero princípio de arquitetura da rede: a rede não é neutra, é cheia de valores e objetivos. As escolhas dos reguladores e dos proprietários da rede moldam a disciplina do uso da Internet”; e que “deve haver um trade-off entre inovação tecnológica e segurança jurídica que deve ser preservado (iniciativa privada, investimentos e defesa da livre expressão)”. Alerta, ainda, que se aplicar o conceito da neutralidade de rede de forma radical, pode (PINHEIRO, 2020, p. 81):

- (i) afetar gravemente a habilidade dos provedores de conteúdo em escolher a melhor forma, mesmo que onerosa fosse, de prestar melhores serviços para seus clientes;
- (ii) impedir inovações e novas tecnologias pelos provedores de acesso em sua rede;
- (iii) conduzir a um ambiente fértil à criação de múltiplas cotas de conteúdo (forced free-speech) e impactar a capacidade de entrega de serviço de acesso à Internet em banda larga;
- (iv) traçar o caminho para uma intrusão cada vez maior da regulação governamental da Internet, deturpando as origens desse meio de comunicação e a razão de seu sucesso até o momento.

Pinheiro (2017, p. 143) destaca que em várias situações não foi possível adotar a neutralidade de rede de forma contundente e radical, pois as circunstâncias se mostravam desfavoráveis ou até inviáveis econômica e operacionalmente. Lista exemplos como: i) nos primórdios da Internet onde diversas rotas de comunicação entre redes se mostravam possíveis, o fluxo passou a ser escolhido pelas rotas mais rápidas, curtas ou menos onerosas ou atinentes aos limites de dados contratados (método de Load Balancing); ii) na busca por competir com o serviço FiOS, da operadora Verizon, que demandava alto investimento (US\$ 23 bilhões) para levar fibra ótica à última milha, a AT&T, com menor disponibilidade de investimento, desenvolveu o U-verse, três vezes mais lenta, porém a um custo mais módico: US\$ 7 bilhões. Entretanto, a rede era bem mais limitada, o que levou a empresa a oferecer o serviço apenas para seus assinantes; iii) a empresa PlusNet utilizou o procedimento DPI (Deep Packet Inspection) que recortava o tráfego em razão de prioridades isonômicas, previamente estabelecidas e divulgadas com transparência, de forma a equilibrar o uso sob razoáveis aspectos comerciais e de segurança; iv) a entidade sem fins lucrativos Internet2, composto de

centros universidades e institutos de pesquisa, ofereceu o serviço ION – Interoperable On-demand Network, permitia que situações que requeriam o tráfego de grandes volumes de dados, pudessem ser destinados a circuitos dedicados da rede, ferindo o princípio da neutralidade que a entidade explicitamente defendia; v) a iniciativa Low Extra Delay BackGround Transport – LEDBAT, de gerenciamento de tráfego homologada pela IETF - Internet Engineering Task Force, que lida com aplicações envolvidas com transferência de grandes volumes de dados por longos períodos. Não tendo como manter a filosofia da neutralidade que propõe que o tráfego deve seguir o modelo *first in, first out* do *open access*, devido ao impacto provocado nas demais aplicações da Internet, o LEDBAT reduzia a prioridade do tráfego daquelas para abrir espaço para as demais; vi) a pequena operadora de banda larga 4G MetroPCS oferecia planos de 40 a 60 dólares com disponibilidade ilimitada para acesso ao Youtube e tetos para as demais, como o Netflix e outras. Embora a escolha do Youtube fora feita por razões mercadológicas e não contratuais com o Google, a empresa foi denunciada à FCC pela ofensa à neutralidade de rede, que contra-argumentou ser empresa pequena e com uso diminuto do espectro radioelétrico. Pinheiro (2017, p. 144) ressalta que a regulação seria assimétrica e restringiria a inovação por parte de pequenas empresas e conclui que:

O que os exemplos mostram é que a adoção de uma neutralidade de rede muito radical, que vedasse a possibilidade de um gerenciamento razoável, poderia implicar uma redução significativa na quantidade de produtos e serviços oferecidos aos usuários da Internet, afetando, em última instância a liberdade de expressão e o direito de informação que a neutralidade pretendia, antes de tudo, resguardar.

Uma questão que paira acerca das plataformas digitais é a posição intencionalmente dúbia que estas firmam em relação à neutralidade, pois ora elas se postam como editores de conteúdos, podendo interferir no fluxo de informações, seja filtrando, ranqueando ou bloqueando³², ora como adeptas à neutralidade, para se eximirem das responsabilidades pelos teores das mensagens e dados de usuários expostos em seus canais (PINHEIRO, 2020).

Entre os novos atores intermediários da comunicação entre os produtores de conteúdo e

³² Vide Pinheiro (2020, p. 86-88):

- Langdon v. Google (2007): o Google se recusou a publicar o anúncio de Langdon, em que ele criticava o procurador-geral do Estado da Carolina do Norte e o Governo Chinês. A justiça considerou que forçar o Google a publicar os anúncios seria compelled speech (discurso forçado);
- Zhang v. Baidu (2014) – o site de buscas pode remover conteúdos promotores de democracia na China, pois tem liberdade editorial, similar a um jornal que escolhe o que deve publicar;
- e-ventures WorldWide v. Google (2017): e-ventures é uma search engine optimization – SEO. As empresas de SEO estão em contraste com o modelo de negócios do Google (receitas de publicidade). Elas tentam colocar os sites de seus clientes em posição privilegiada, sem que o Google pague alguma coisa. Google removeu 231 sites clientes da e-ventures.

seus consumidores, estão as plataformas OTTs, que significa “Over The Top”, em inglês, ou acima do topo (tradução livre), que diz respeito às plataformas que distribuem conteúdos pela Internet sem empresas de telecomunicações, radiodifusão, TV a cabo/satélite para distribuí-los, fazendo diretamente ao usuário final. Nesta categoria estão empresas de streaming de mídias como Netflix, a HBO Go, Spotify, Amazon Prime Vídeo, Apple TV, Globoplay, etc. (GOMES, 2020; MAIA, 2021) como também empresas que oferecem serviços que competem com os de telecomunicações como as “chamadas fixas de voz (Skype), chamadas móveis de voz e mensagens de texto (Whatsapp)” (PINHEIRO, 2017, p. 100).

Pinheiro (2020, p. 98) aponta que a regulação das plataformas digitais, OTTs e gatekeepers, novos intermediários da rede, não terão os mesmos argumentos para a regulação e neutralidade de rede que os ISPs e demais componentes da infraestrutura da rede, pois não poderão alegar “escassez de um bem público”, como na radiodifusão, mesmo que considerando a importância fundamental de algumas plataformas para certas aplicações; como tampouco se poderia falar em “monopólio natural, como o foi na telefonia fixa”; ou alegar da necessidade de universalização do serviço. Entretanto, poder-se-ia justificar a regulação por outras formas de escassez, como (PINHEIRO, 2020, p. 99):

- (i) atenção e audiência;
- (ii) diluição proposital de outros discursos;
- (iii) uso arbitrário de ferramentas de direcionamento do discurso, censura, impedimentos de pagamentos, retirada da remuneração de vídeos, etc.;
- (iv) efeitos deletérios da supressão do discurso e da concentração econômica das diferentes atividades desempenhadas por esses intermediários (ameaça à democracia?).

Outras justificativas regulatórias para os novos intermediários e as OTTs seriam para forçá-los a “assumir as obrigações e vantagens de ser ao mesmo tempo conteúdo (mídia) e conduto (plataforma neutra)” para evitar que desfrutem de “privilégios de ambas as situações sem as respectivas obrigações e ônus” (PINHEIRO, 2020, p. 100). Especificamente para a regulação das OTTs, Pinheiro (2020, p. 101-103) indica e pinça de outros autores algumas soluções:

- (i) Status de Public Trustee para os novos intermediários, assim como ocorreu com a radiodifusão (Gregory Magarian);
- (ii) Tratamento de common carrier (Nunziatto, Sunstein – The First Amendment in Cyberspace);
- (iii) Neutralidade de Rede e de Algoritmos para as Plataformas dominantes;
- (iv) Regular como mídia tradicional, com respectivos ônus e responsabilidades, inclusive obrigando a divulgar quem paga os anúncios, direito de resposta, resp. civil, voz do Brasil, 25% de propaganda, etc (Steven Denis);
- (v) Reinterpretar as regras de liberdade de expressão para criar obrigação

- afirmativa de os intermediários protegerem a liberdade de expressão;
- (vi) Transparência: obrigar intermediários a abrir (fazer o disclosure) de seus métodos de agregar e apresentar informação;
 - (vii) Transparência algorítmica;
 - (viii) Proteger a privacidade dos usuários (hoje já tem LGPD. Draft da E-privacy Directive quer apertar mais para as empresas de telecomunicações);
 - (ix) Separação Estrutural. Regular infraestrutura e serviços de forma distinta.
 - (x) Proteger a propriedade intelectual dos usuários (Andrew Tutt);
 - (xi) Monitoramento ativo e preventivo pelos intermediários de acurácia das informações, privacidade, informações falsas (*Fake News*);
 - (xii) Procedimento de contraditório e “ampla defesa” para remoção de conteúdos e perfis;
 - (xiii) Tributação (Netflix 2,9% de ISS, no município de SP);
 - (xiv) Interconexão;
 - (xv) Portabilidade; etc

Ao longo deste tópico, onde foi referenciado, propositalmente, o conceito de neutralidade de rede aplicável à infraestrutura de comunicações, se pode observar que ele transpôs esta camada, para alcançar a camada de aplicação e serviços. Como abordado anteriormente, consideramos haver um paralelo e similitude na utilização do conceito entre estas duas camadas. A aplicação da neutralidade, tanto em relação aos provedores de comunicações quanto às plataformas digitais, é controversa. O debate travado entre os pesquisadores Tim Wu e Christopher Yoo (2007) que apontou pontos de vistas antagônicos em relação à neutralidade de rede, demonstra que há ganhos e perdas na sua utilização, o que também se suscita na aplicação no caso das plataformas. Como já também mencionado, atrelado aos argumentos de Guilherme Pinheiro (2020), o uso radical do conceito na camada de aplicações pode ser contraproducente e ofender a direitos e garantias. A utilização dos argumentos em relação à neutralidade na camada de infraestrutura teve como objetivo a utilização de uma discussão mais madura sobre o conceito para traçar um paralelo com a neutralidade do fluxo de informações, endereçado à camada de aplicação, onde residem as plataformas digitais.

Entendemos que as comparações e semelhanças tornam rica a discussão que está intimamente ligada ao empoderamento da força regulatória, econômica e de influência das plataformas. A não adoção da neutralidade do fluxo de informações, na atividade das plataformas, é basilar para o seu sucesso e poder acumulado. Está no modelo de negócio destas, o controle da dinâmica do trânsito de comunicações baseado nos seus conteúdos, para monetizar a audiência e personificar a publicidade digital, com base na perfilização dos usuários. Este

controle ciberregulatório se insere no contexto do comunitarismo de rede, de Murray, pois as plataformas são identificadas como elemento fundamental no jogo de forças do modelo teórico. Se a neutralidade é fator de controle e definição de poder no ciberespaço, a sua adoção, seja imposto por legislação ou por pressão da sociedade ou mercado, pode restringir os ganhos e empoderamento das plataformas. A atitude neutra das plataformas poderá tanto estimular a proliferação das *fake news*, na medida em que deixa de exercer o papel regulador, quanto reduzi-la, pois sem os mecanismos de ranqueamento e impulsionamento de conteúdos, as desinformações poderiam não obter tamanhas popularidades. Portanto, a neutralidade do fluxo de informações aplicável às plataformas digitais é um fator importante para determinar a força regulatória delas, o reordenamento de preponderância junto as demais forças de Murray e o impacto da propagação de *fake news*.

2.3.2 *Transparência do processamento algorítmico*

A desinformação pode ter uma origem em um agente individual, sendo ele uma pessoa, instituição ou governo que a cria, posta ou transmite endereçando a um só destino ou múltiplos predefinidos estaticamente. Nestes casos, não há a utilização de algoritmos ou no máximo algumas formas automatizadas, mas de forma simples e sem a necessidade de um processamento algorítmico de relevância.

Mas me interessa focar nas *fake news* que são construídas e divulgadas por meio de algoritmos complexos, se valendo de *machine learning* (ML) ou inteligência artificial (IA). Entendo que por se utilizarem de potentes recursos para gerar conteúdos personalizados para destinatários variáveis, a partir de seus perfis traçados por meio do acompanhamento das suas posturas nas redes sociais, estas desinformações têm um poder de atingimento de seus objetivos disfuncionais com maior efetividade.

Por outro lado, me importa, ainda mais, o papel dos algoritmos reguladores, que atuam nas plataformas digitais para coibir a propagação das desinformações, sejam elas de que origem for.

Propomos uma nova categorização dos algoritmos, quanto ao papel do processamento na proliferação de desinformações, sob duas óticas distintas, quando são agentes da emissão das mensagens e quando atuam no combate às *fake news*, e classificá-los em:

1. Algoritmo propagador - quando o algoritmo é empregado para gerar e estimular as *fake news*, por meio de bots, utilização de perfis comportamentais e manipulação da informação com vistas à atingir objetivos financeiros, comerciais ou políticos;

2. Algoritmo regulador - Quando o algoritmo é utilizado para averiguar, destacar e impedir a proliferação de *fake news*.

2.3.2.1 *Transparência quanto ao algoritmo propagador*

A base da propagação das desinformações em grande escala com especificidade e direcionamento personalizado reside na construção dos perfis de cada usuário. A partir do conhecimento pormenorizado das vontades e forma de pensar do cidadão conectado à Internet é que se torna possível atingi-lo com precisão e efetividade. Os algoritmos de criação e manutenção de perfis são aplicados a grandes conjuntos de dados para classificar um usuário e prever suas preferências e características, identificando aqueles que são indecisos, os que possuem uma propensão à adotar determinada postura, os que são influentes e podem ser veículos de propagação de desinformações em suas câmaras de eco. Para os algoritmos, independe o teor e a veracidade da notícia, o motivo político ou a propensão a compartilhar, bastando o ganho monetário. A notícia falsa e manipuladora precisa de terreno fértil para ser recepcionada, absorver a mensagem enviada, formar um conceito ou desencadear uma atitude que induza o receptor a propagá-la. Ao se ter o ciclo concluído, tem-se que o objetivo da *fake news* foi atingido.

O Conselho da Europa, em 2010, alertou que o processamento de perfis cria uma correlação entre os dados pessoais, histórico de manifestações e de relacionamentos com outros perfis, construindo camadas de informações que são sobrepostas e montando uma rede de entrelaçamento de perfis, baseados em suposições sobre os titulares dos dados (WARDLE; DERAKHSHAN, 2017). Leiser (2017) afirma que nestas circunstâncias o RGPD³³ garante o direito ao cidadão de contestar e exigir transparência na tomada de decisões automatizada, se aquele que monta o perfil alvejar fins políticos.

Wardle e Derakhshan (2017), baseados em documentos de Craig Silvean endereçados ao *Tow Center for Digital Journalism* em 2015, apontam que o mercado de produção e propagação de *fake news*, particularmente nos EUA, é consistente e lucrativo, tendo muitas empresas estabelecidas no estrangeiro, como na Macedônia, que se voltaram especificamente para prosperarem financeiramente neste nicho.

Neste contexto, cresce a relevância das AdTechs, que são todas as tecnologias utilizadas

³³ Utilizo a RGPD como referência de norma positivada acerca da proteção de dados privados, por entender que é a mais antiga, ampla e consolidada, sendo alicerce para as demais legislações internacionais neste sentido.

para análise, gerenciamento de campanhas publicitárias e monetização de espaços em mídias digitais, bem como, todo o processo que engloba a entrega de anúncios digitais aos consumidores, desde a seleção do conteúdo e sua posição até a escolha do destinatário final, o alvo da campanha (TD).

A formação do perfil e a sua interpretação para desencadear a emissão de notícias falsas é realizada por algoritmos sofisticados, muitos utilizando-se de Inteligência Artificial (AI) e *Machine Learning* (ML). Para que se impeça a atuação destes sistemas com os intuitos vis de manipular e ludibriar a opinião alheia é necessário que haja transparência acerca dos algoritmos e legislação que ampare o direito do usuário de conhecer do processo, ter acesso às informações que as plataformas têm sobre si e, ao cabo, de não ser manejado ao sabor dos interesses de terceiros. Nesta arena, os empreendimentos maliciosos sofisticam seus mecanismos e testam sua eficiência contra os algoritmos reguladores, sendo bem-sucedidos ao ultrapassarem a barreira regulatória e conseguem seduzir e obter o clique dos seus destinatários (MYLONAKI, TIGAS, 2018).

Companhias orientadas a dados, que se valem das AdTechs, fazem análises ajustam seus algoritmos em tempo real, utilizando de métricas, a partir de coleta de dados, rastreiam taxas cliques (número de vezes que um usuário clicou quando encontrou um anúncio), que permitem a extrapolação das tendências de comportamento do usuário. Trata-se da “publicidade comportamental on-line” que identifica a forma de agir e pensar do consumidor para personalizar e direcionar com precisão a oferta de produtos e serviços, uma evolução da “publicidade segmentada”, focada no “aspecto subjetivo, isto é, no próprio público alvo do bem ofertado”. Esta modalidade se diferencia da publicidade contextual, em que o direcionamento se voltava para aspectos objetivos, de um determinado ambiente e meio identificado para atingir o consumidor. As novas empresas deste segmento digital e o modelo publicitário se voltam, por meio do registro dos costumes de navegação na Internet, através da utilização de cookies e perfilização do consumidor, a delinear o potencial e induzir o consumidor com um “grau de personalização jamais alcançado pela publicidade off-line” que se traduz em efetividade de ação e redução de custos dos agentes comerciais. Várias técnicas e novos recursos tecnológicos vêm se agregando a este modelo publicitário, de forma, a partir do monitoramento de movimentação geográfica do usuário, dos registros de suas emoções, a impor uma “vigilância imperativa” do internauta (BIONI, 2021, p. 15 a 21)

O ambiente publicitário digital tem particularidades bem peculiares que diferem em muito da publicidade tradicional. Os consumidores digitais não são agentes passivos às ofertas publicitárias. A Internet empoderou seus usuários à medida que possibilitou a ampla

manifestação acerca de produtos e serviços ofertados, ação que se mescla às iniciativas de divulgação dos próprios fornecedores, influenciando o mercado e, também, os próprios produtores, que se esforçam para adequar suas produções às expectativas destes consumidores. Este novo usuário é chamado de prosumer, denotando a junção do produtor, que influencia o produto a ser ofertado (production), como também o consome (consumption) (BIONI, 2021, p. 12). O modelo de publicidade digital adota o “zero-price advertisement business model” em que transaciona com os produtos e serviços com os usuários em troca dos seus dados pessoais, sem haver um pagamento direto por eles (BIONI, 2021, p. 23). As AdTechs, que extraem e detêm os dados dos consumidores, agem cooperativamente e formam redes de publicidade (ad networks), para comercializarem espaços publicitários de veiculadores (publishers) a anunciantes (advertisers) que comercializam bens e serviços. As redes de publicidade se sobrepõem com objetivo de estruturar bases de dados “volumosos que sejam capazes de cobrir todo o comportamento do potencial consumidor para promoção mais persistente e personalizada do bem de consumo” (BIONI, 2021, p. 26). O acúmulo crescente e em grande quantidade de dados de origens diversas é destinado a compor perfis de consumidores a serem tratados com técnicas de mineração de dados, Big Data, e comercializados por brokers que extraem a “máxima rentabilidade dessa economia de vigilância” (BIONI, 2021, p. 27).

A RGPD é uma legislação pioneira, que amparada pelas instituições judiciais europeias que lhe dão efetividade, é referência às demais regulações nacionais que tratam da proteção de dados e privacidade, por oferecer ao cidadão legislado a maior densidade protetiva que se tem notícia atualmente. A abordagem acerca dos algoritmos foi tangenciada pelos seus dispositivos. Em busca da transparência algorítmica no âmbito da RGPD, Mark Leiser (2017), advoga que se pode analisar ou prover explicação acerca do processamento de algoritmo em dois momentos: *ex ante* e *ex post*. Entende que a explicação *ex ante* está amparado no direito explícito na RGPD em que o usuário de uma plataforma digital pode obter os dados que ela possui a seu respeito, obtidas sob o seu consentimento. A explicação *ex post* seria a única que garantiria a transparência das decisões sobre a criação de seu perfil e o direcionamento de informações a que foi sujeito. A RGPD não destaca no art. 22, que trata da tomada de decisão e criação de perfis automatizados, a possibilidade de se contestar o processamento se este for legitimada e explicitamente consentido. Entretanto, o Considerando 71, afirma que os indivíduos têm o direito de obter "uma explicação da decisão tomada" (LEISER, 2017, n.p.), que mesmo não tendo força executiva, trata-se de uma orientação que norteia a interpretação do Regulamento, mas a força de impor às plataformas digitais a obrigação de apresentar explicações acerca das decisões algorítmicas foi esvaziada durante o processo de negociações

entre a Comissão Europeia, o Conselho e o Parlamento. (WACHTER et al, 2017).

Goodman (2016) afirma que “embora o direito a uma explicação não seja diretamente determinado, ele pode ser deduzido de outras disposições”, sugerindo que “o GDPR exige códigos de conduta (artigo 40), certificação (artigo 42) e Avaliações de Impacto na Proteção de Dados (artigo 35) que, em teoria, incentivariam os controladores de dados a fornecerem o direito a uma explicação de decisões específicas”. Entretanto, acredita que a capacidade legal da RGPD de impor a compartimentação das ações dos algoritmos é bem limitada (LEISER, 2017).

Leiser (2016) acrescenta que “monitorar algoritmos em constante evolução aplicados pelas plataformas digitais parece ser um problema de aplicação difícil, se não impossível”. Conclui que “esses problemas podem até aumentar com a implementação dos recursos de aprendizado de máquina no algoritmo”. Ao implementar a transparência algorítmica para identificar o compartilhamento problemático de informações e o direcionamento motivado, outras iniciativas podem ser desenvolvidas para ajudar ativistas e reveladores da verdade que consideram sua missão detectar e erradicar as notícias falsas das plataformas digitais (LEISER, 2017).

Em síntese, apesar de haver alguma preocupação tênue da transparência algorítmica na RGPD, farol das demais legislações protetivas de dados pessoais, ela, ainda, não foi devidamente desenvolvida a ponto que se permita detectar as formas de agir dos softwares de formação de perfis com eficiência, de modo a respaldar a análise *ex post* da sua atuação. Arelada à dificuldade técnica de compartimentar o exame dos algoritmos, se torna quase impossível obter a desejável transparência algorítmica e, a partir desta, se valer das leis aplicáveis para conter as *fake news* e punir seus malfeitores.

2.3.2.2 *Transparência por intermédio de algoritmo regulador*

Diante da pressão da opinião pública e das autoridades, das dificuldades de se conter as notícias falsas pelas leis postas e de inibir a ação dos difusores de *fake news* a partir de análises precisas do comportamento destes sistemas e daqueles que acumulam dados de perfis que subsidiam os primeiros, as plataformas digitais têm se antecipado e se propostas à conter as *fake news* pelo emprego de algoritmos reguladores próprios.

A iniciativa de aplicar formas automatizadas de conter a transmissão de conteúdos indesejáveis não é nova. A maioria dos estados utilizam alguma forma de filtragem e bloqueio de conteúdo que objetivam o combate de abusos infantis, a proliferação de imagens e mensagens que incitem algum tipo de manifestação social indesejada, como o ódio racial ou

religioso, dissidências políticas, apologias a movimentos terroristas, nazistas etc. As iniciativas têm partido tanto de órgãos estatais quanto de agentes privados. Cite-se as ações impostas pelo governo do Reino Unido para reprimir conteúdos ilícitos aos provedores de serviços de Internet (ISP) que atuam em conjunto com entidades reguladoras privadas como a Internet Watch Foundation (IWF), ou desenvolvem sistemas regulatórios próprios, como o Cleanfeed, da British Telecom; e “O Grande Firewall da China”, considerado pela Open Net Initiative um dos sistemas de filtragem e controle de informações do mundo (MURRAY, 2013).

Merece destacar que a detecção de *fake news* é sutil, contextualizada e fugidia aos controles automáticos. A determinação da veracidade de fatos, a toxidade e discursos de ódio de mensagens, de forma automatizada por meio de algoritmos, de Inteligência Artificial (AI) e *Machine Learning* (ML) é uma tarefa árdua, passível de muitos erros e sujeita a vieses.

Mylonaki e Tigas (2018) aponta que a análise requerida para este tipo de averiguação requer um “estudo aprofundado da epistemologia dos fatos” e a existência de olhar crítico e plural que caracteriza um bom fact check.

Neste sentido, Rittel e Webber (1973, p. 161-167) caracterizam esta dificuldade em Problema Perverso pelas seguintes razões:

1. Não há formulação definitiva. As informações necessárias para entender o problema dependem da ideia de alguém para resolvê-lo. Formular um problema grave é o problema.
2. Não há regra de parada. Como resolver o problema é idêntico ao seu entendimento, não há critérios para entendimento suficiente e, portanto, conclusão.
3. As soluções não são verdadeiras ou falsas, mas boas ou más. Muitas partes podem fazer julgamentos (diferentes) sobre o bem da solução. (Veja o artigo do califa de Plotzen.)
4. Não há teste da solução. Qualquer solução gera ondas de consequências que se propagam para sempre.
5. Toda solução é "tiro único" - não há oportunidade de aprender por tentativa e erro. Toda solução deixa vestígios que não podem ser desfeitos. Você não pode construir uma estrada para testar se funciona.
6. Nenhum conjunto enumerável de soluções.
7. Todo problema perverso é único.
8. Todo problema perverso é sintoma de outro problema.
9. Problemas ruins podem ser explicados de várias maneiras. Minha interpretação é que essa é a dualidade de “nenhuma solução certa” - nenhuma causa óbvia.
10. O planejador não tem o direito de estar errado. O planejador é responsável pelo bem-estar de muitos; não existem hipóteses que possam ser propostas, testadas e refutadas.

A existência das notícias falsas e desinformação se tornou um problema visível e uma ameaça ao direito de informação, de escolha e da democracia. A inquietação da sociedade civil organizada provocada pelo impacto das *fake news* impôs aos governantes, que providências coibitivas e de alguma forma de censura fossem adotadas.

Baseados nas reações dos internautas às revelações da NSA / PRISM, que mostrou que houve um efeito assustador no seu comportamento de pesquisa e naquilo que se lia e se escrevia

on-line (MARTHEWS, TUCKER, 2017), concluiu-se que a censura, qualquer que fosse e em especial a autoimposta, leva a danos à lucratividade das empresas de Internet (PENNEY, 2016, p. 117; MYLONAKI, TIGAS, 2018).

Por consequência, as principais plataformas digitais (Facebook, Google, Tweeter, etc.), de olho no impacto ético das mensagens circulantes em seus ambientes, se anteciparam, em certa medida, às prováveis medidas regulatórias repressoras e adotaram ações extralegais (LESSIG, 2006) de contenção por meio políticas *ex post* implementadas através de algoritmos de ML e IA. Todavia, Leiser (2017) chama a atenção para que os reguladores governamentais devem incentivar as plataformas digitais a desenvolver recursos baseados em código que equilibram direitos fundamentais com filtragem, em oposição a mecanismos de bloqueio.

A ação voluntariosa das plataformas digitais atrelados aos padrões firmados pela indústria de tecnologia, que envolve backbone da Internet, serviços em nuvem, sistema internacional de nomes de domínio (DNS), provedores de serviços de Internet, serviços de hospedagem na web, mídia social e mecanismos de busca, bem como sistemas de pagamento e intermediários, criou no entendimento de Jack M. Balkin (2014) uma nova camada de regulação deflagrando uma forma colateral de censura. Aponta que esta circunstância é fruto das pressões exercidas pelos conglomerados empresariais que estão intimamente imbricados com as políticas governamentais de infraestrutura e pressões da opinião pública exercida pelos usuários finais (MYLONAKI, TIGAS, 2018).

Wardle e Derakhshan (2017) destacam que sites de notícias falsas ganham dinheiro com a publicidade que obtém nas plataformas digitais, pois o caráter emocional e o impacto espetacular das notícias que divulgam, criam interesse público e audiência. As “*click farms*” e *bots* criam “falsa sensação de popularidade sobre o conteúdo e, ao marcar pessoas influentes como celebridades, políticos ou mesmo jornalistas, impactam o ciclo de notícias” na medida que são utilizadas para aumentar as *hashtags*, petições *online* de jogos, distorcer comentários on-line e criar contas falsas.

Sob mesma ótica, Leiser (2017) chama a atenção que também para as plataformas digitais, que se dispuseram a criar mecanismos de controle às notícias falsas, qualquer informação, mesmo que inclua teorias criminais, difamatórias, de infração, de conspiração ou notícias flagrantemente falsas que aumentem o tráfego, tornando-as mais atraente para os anunciantes. Esta lógica econômica torna a iniciativa das plataformas digitais de combater às *fake news* paradoxal, pois vão contra às suas publicações mais lucrativas.

Mylonaki e Tigas (2018, p. 90) aponta a ironia existente no fato de que se tenta mudar a natureza do algoritmo compatível com o modelo de receita e, portanto, voltado para

maximizar o rendimento do conteúdo, sendo inconsistente a presunção de que essas empresas se negarão a obter lucros do conteúdo mais rentável. Indica que um “verificador automatizado de fatos pode prejudicar as métricas de engajamento / receita do usuário e, portanto, não seria atraente para os investidores que são os principais tomadores de decisão”. Acredita, inclusive, que seja improvável “que aqueles que criaram o problema o resolvam, pois isso não faz parte do seu modelo de negócios”. Prevê que estas iniciativas conduzam no sentido de que a definição de "falso" e o "tóxico" seja firmada “de acordo com as necessidades da máquina com fins lucrativos”.

Entretanto, Wood e Ravel (2018) chama a atenção que a publicidade de *bots* e a divulgação de desinformações degrada a experiência do usuário e compromete as receitas de longo prazo das plataformas. Porém, ressalta e confirma a posição dos demais autores, que a curto prazo, a publicidade e a contagem inflada de usuários aumentam os ganhos.

Um ponto também problemático, que ressalta Matteo Monti (2017), reside no fato que os mecanismos regulatórios aplicados pelas plataformas e que são acionadas *ex post*, ou seja, as notícias são bloqueadas após à sua publicação, quando um sem-número de pessoas já foram impactadas pelas *fake news*.

Há também de se considerar, ainda, que os algoritmos reguladores endereçam aquilo que é impertinente e ofensor, conceitos que são circunstanciais, geográficos, comunitários e voláteis no tempo, fatores que fragilizam a sua efetividade. Os baldrames das plataformas digitais são ocidentais, brancos, capitalistas, democráticos, cristãos e educados. Seria natural de se esperar que os códigos intrínsecos destas plataformas se amoldassem aos valores dos pensamentos do contingente de idealizadores e criadores que lhes deram origem. O papel moderador assumido pelas plataformas digitais, ao se voltarem ao combate de discursos de ódio e elegerem bandeiras e valores ocidentais como a democracia e liberdade de expressão, passam a exercer uma forma de ativismo algorítmico, como apontam Balkin, Mylonaki e Tigas (2018).

De mesma forma, a estruturação dos mecanismos de detecção das *fake news*, construídos majoritariamente por engenheiros e técnicos de empresas situados na América do Norte e Europa, são fruto de um pensamento essencialmente ocidental, embebido da sua cultura e pensamento liberal. Por tal característica, impregnada no nascedouro dos algoritmos, os sistemas que detectam e contêm as informações maliciosas passam a restringir a propagação do pensamento contrário ao *status quo* ocidental, de oposição ao ideário liberal e de valores não ocidentais. Esta elite de construtores e detentores da tecnologia vão além e projetam uma regulamentação à base de IA/ML, que suprime as manifestações coléricas e de muita raiva, comum àqueles que se revoltam contra o establishment, que os mantém (LEISER, 2017).

Em mesmo sentido, Rittel e Webber (1973) questionam a efetividade de “qualquer abordagem formulada para problemas perversos de produzir soluções universalmente válidas” e destacam que não devem ser aplicadas de “forma agressiva e indiscriminada”, pois irão refletir socialmente no mundo *off-line* criando distorções (MYLONAKI, TIGAS, 2018, p. 93).

Abby Wood e Ann Ravel (2018) chamam, ainda, a atenção para a fragilidade política a que as plataformas digitais estão expostas quando se propõem a adotar medidas de autorregulamentação, pois em disputas polarizadas, cada lado passa a entender que os algoritmos, quando cerceiam ou divulgam alguma mensagem de algum conteúdo político definido, privilegiam o lado adversário. A aplicação dos mecanismos passa a ser combatida politicamente e é minada publicamente em sua confiabilidade. Apontam que o modelo de autorregulação não obedece a qualquer modelo aplicável em outros setores da indústria. Wood e Ravel (2018) destacam que não há uma pactuação com agências governamentais, pois as plataformas e governo não estão comprometidos mutuamente com o objetivo da regulação, na medida que os esforços de autorregulação precisariam de estar sendo monitorados pelo governo para avaliar seu desempenho a ponto dos reguladores não-governamentais serem ameaçados de que seus superintendentes públicos assumam jurisdição regulatória se não cumprirem suas obrigações. Comparando com a *Digital Advertising Alliance*, que executa um programa de desativação de anúncios on-line com base no rastreamento de *cookies* e atua em segmento muito próximo às plataformas digitais, as ofertas iniciais destas para abordar publicidade à desinformação são insignificantes e estão “muito longe da autorregulação ou correção abrangente e eficaz do setor”. (BALLEISEN; EISNER, 2009; WOOD e RAVEL, 2018, p. 1246).

Quando se constata que os sistemas reguladores, de maneira deliberada ou não, interferem na liberdade de fluxo de conteúdo e exercem certo ativismo, por motivos econômicos, políticos, ideológicos ou sociais, que não podem ser fácil e visivelmente detectados, verifica-se a existência de restrições indevidas à transparência e neutralidade das aplicações.

2.3.3 Dificuldades de Regulação

Guilherme Pinheiro (2020, p. 92) aponta as seguintes dificuldades no processo de regulação das plataformas digitais:

- Cada mídia social ou mecanismo de busca tem formatações e algoritmos diferentes;
- Regulações específicas em diferentes países poderiam inviabilizar a continuidade

ou o surgimento de novos negócios em escala global;

- As comunicações dessas empresas de tecnologia são novas, com práticas sociais ainda não muito claras;
- Empresas como Google, diferente de jornais, podem silenciar aqueles com quem discordam;
- Ao mesmo tempo, se empresas como o Google não têm proteção legal, o Estado, ele próprio, pode criar regras que restrinjam o conteúdo.

O mesmo jurista levanta vários elementos que incentivam à discriminação de conteúdo por parte das plataformas, postados como intermediários no fluxo de informações entre o produtor e o consumidor. Inicialmente identifica os buscadores, denominados como intermediários de 1ª geração, e lista os pontos que fragilizam o intento de atuação com o neutralidade e agnosticismo (PINHEIRO, 2020, p. 93):

- (i) vendas de posições em resultados de buscas (prime positions, sponsored results);
- (ii) apresentação do resultado de buscas como se não fora enviesado, com uso de técnicas próprias para isso;
- (iii) manipulação de rankings;
- (iv) remoção de determinados resultados de busca, entre vários outros.

Em seguida, Pinheiro (2020, p. 93) lista os obstáculos naturais e incentivos à discriminação por parte dos intermediários de 2ª geração, as redes sociais:

- (i) estabelecimento de sistemas e protocolos que identificam pessoas e determinam que tipos de comunicação podem ou não ser realizadas entre elas (Facebook);
- (ii) controle ativo para promover certos vídeos e monetizá-los (Youtube).

De forma geral, as plataformas utilizam a perfilização dos seus usuários e conduzem, manipulam e restringem a recepção e envio das suas comunicações para maximizar o lucro do marketing personalizado e potencializar o interesse dos usuários em temas de suas afinidades.

2.3.4 PL 2630/2020 das Fake News

Um bom exemplo de pressão das forças da sociedade e do mercado, concebidas no modelo de comunitarismo de rede, exercendo pressão sobre o Legislativo para a construção de uma base regulatória que iniba a proliferação das fake news é o PL 2630/2020, já aprovado no Senado Federal em 30/06/2020 e que agora tramita na Câmara dos Deputados (SENADO FEDERAL, 2021). De autoria do Senador Alessandro Vieira (CIDADANIA/SE), o projeto que institui a Lei Brasileira de Liberdade, Responsabilidade e Transparência na Internet, estabelece obrigações, delimitações de atuação e penalidades em ações das plataformas digitais, de empresas, instituições e pessoas que, deliberadamente se utilizarem das desinformações para o

“abuso ou manipulação com potencial de dar causa a danos individuais ou coletivos” (SENADO FEDERAL, 2021, p. 2). Como argumentado anteriormente, trata-se dos subsistemas regulatórios acomodando forças, em processo contínuo de rearranjo mútuo autopoiético.

A Lei deverá levar em consideração “os princípios e garantias previstos nas Leis nº 12.965, de 23 de abril de 2014 -Marco Civil da Internet, e nº 13.709, de 14 de agosto de 2018 - Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais” e tem os seguintes objetivos (SENADO FEDERAL, 2021, p. 3):

- I - o fortalecimento do processo democrático por meio do combate à desinformação e do fomento à diversidade de informações na internet no Brasil
- II – a busca por maior transparência sobre conteúdos pagos disponibilizados para o usuário;
- III - desencorajar o uso de contas inautênticas para disseminar desinformação nas aplicações de internet.

O Projeto de Lei trata da responsabilidade dos provedores de aplicação no combate à desinformação e aumento da transparência na internet, do dever de transparência dos provedores de aplicação, das medidas contra a desinformação, dos serviços de mensageria privada, da transparência em relação a conteúdos patrocinados, da atuação do poder público e das sanções. A Lei da Transparência da Internet se aplicará a:

- serviços de mensagens e provedores de redes sociais privados (não os veículos públicos);
- com mais de 2 milhões de usuários;
- nacionais ou internacionais, desde que ofertem serviço em território nacional ou possuam estabelecimento no Brasil, ainda que de um integrante do grupo econômico.

Os pesquisadores Juliano Maranhão, Ricardo Campos, Jessica Guedes, Samuel Rodrigues de Oliveira e Maria Gabriela Grings, desenvolveram um estudo no Instituto Legal Grounds em que analisaram o PL 2630/2020 (MARANHÃO, 2021). Confrontaram o PL com os principais pontos das propostas de moderação de conteúdo das plataformas YouTube, Facebook e Twitter, bem como de proposições internacionais, como os Princípios de Manila, os Princípios de Santa Clara e a NetzDG da Alemanha e assim posicionaram acerca da proposta legislativa brasileira (p. 16):

Faltam regras de transparência e prestação de contas naquilo que ocorre no processo de tomada de decisão pela plataforma, seja em relação aos moderadores, seja em relação aos algoritmos empregados, bem no que diz respeito à disponibilização de mecanismos claros para reclamação para os usuários ofendidos e ao empenho dos provedores no sentido de mitigar impactos do conteúdo nocivo que foi propagado na rede.

Destacaram que o Projeto de Lei 2630/2020 “não apresenta mecanismos de incentivo

para que as plataformas venham a aderir à autorregulação ou delineamentos mínimos sobre a estrutura da instituição”.

Um segundo projeto que também possui o mesmo intuito de instituir a Lei Brasileira de Liberdade, Responsabilidade e Transparência na Internet é o PL 3063/20, apresentado na Câmara dos Deputados de forma paralela ao 2630/2020 do Senado. Apesar de muita similaridade, possui pontos díspares em relação aos temas centrais.

Uma nota técnica emitida pelo escritório Peck Advogados, da jurista Patrícia Peck, realizou um estudo comparado dos PLs 2630/2020 e 3063/2020 e apontou que os projetos, apesar de proporem tratar do tema “fake news”, “sequer conceituem adequadamente o que vem a ser classificado” como tal (ROCHA; OLIVEIRA; GUEDES, 2021, p. 20). Aponta ainda, necessidades de aprimoramento de ambos no sentido de:

- i – enfrentar temas correlatos ao objeto da normatização;
- ii – realizar ajustes para que o substitutivo estejam (sic) em consonância com outras legislações, especialmente o Marco Civil da Internet e a Lei Geral de Proteção de Dados;
- iii – estabelecer conceitos e previsões diretos na legislação evitando interpretações dúbias;
- iv – consolidar previsão de sanções para que atendam o princípio da proporcionalidade e respeita a necessidade de gradação e escalonamento;
- v – estabelecer outras políticas públicas necessárias para o combate à desinformação.

2.4 CONCLUSÃO DO CAPÍTULO

Os pilares teóricos traçados por Lessig (2006), que representam as quatro forças regulatórias do ciberespaço: normas sociais, mercados, Direito e a arquitetura (código), em oposição às ideias libertárias de Barlow e os ciberlibertaristas, forjaram o ponto de observação mais palpável do cenário de regulação da Internet. O comunitarismo de rede de Murray se apoiou nesta base teórica para estabelecer nova dinâmica de movimentação e comutação de poder entre estas forças regulatórias, identificando um sistema de vasos intercomunicantes em que as influências de umas sobre outras modificam a conformação final do ciberespaço.

Admitido por Murray (2018) e enfatizado por diversos outros atentos observadores das questões regulatórias (COHEN, 2019; TUSIKOV, 2018; BRIDY, 2018; ZUBOFF, 2019), o papel dos gatekeepers, em especial das plataformas, sobrepujam atualmente o equilíbrio de forças do sistema de regulação. A força da arquitetura depositada nos algoritmos, poder econômico, alcance global, bilhões de seguidores, influência no mundo legislativo, senso de imprescindibilidade para a quase totalidade dos usuários de Internet, fazem com que o equilíbrio sistêmico dos pilares do comunitarismo de rede esteja fragilizado. Diante do poderio

demonstrado pelas Big Techs, ressalta o pessimismo de alguns (COHEN, 2019; ZUBOFF, 2019) quanto à capacidade dos demais pilares regulatórios de reestabelecerem a equidade de forças. Entretanto, as plataformas digitais, em especial as Big Techs, estão sob fortes pressões regulatórias, sejam de origens governamentais, que por comodidade, incapacidade de atuação, ânsia por influências políticas, econômicas e militares ou proteção e vigilância contra ameaças à ordem pública e política, impõem suas regras; ou pelas demandas da sociedade que almeja segurança e recursos; ou de seus opositores e detratores, que as identificam como ameaça pelo excesso de poder que detêm; ou de problemas que se avizinham ou por estratégia de marketing que exigem ações proativas e voluntárias para se anteciparem.

Entendo que em razão da grande complexidade e inúmeras facetas que o tema da regulação das plataformas possui, a atuação destas corporações não pode ser vista de um só ângulo, por uma ótica legal estrita ou com o ferramental de controle concebido em outrora. Entendo que a abordagem regulatória para as atividades das plataformas digitais deve se apegar ao hibridismo das visões e enquadramentos que se têm destas organizações. Ao não se ajustarem a modelos singulares e pré-existentes de negócio e regulatório, novas acepções legislativas e de procedimentos precisam ser adotados para reprimir excessos e ameaças que as atividades e formas de agir das plataformas e seus usuários podem impor à sociedade. Inclusive, deve-se atentar para a desproporcional e indevida intervenções de governos, como evidenciado, que se utilizam do poder e infraestrutura que as plataformas podem oferecer, vindo a ameaçar as democracias, privacidades individuais e a harmonia das sociedades. O amplo poder de ação destes conglomerados tecnológicos pode espriar irregularidades, opressão e desinformação por baixo dos radares regulatórios que não os alcançam e/ou detectam suas atividades, servindo de instrumento indevido para a tirania econômica, política ou social de governos ou interesses privados. Há, ainda, de se equacionar os efeitos deletérios, colaterais, não previamente imaginados da atuação das plataformas e seus modelos de sustentação, que conduzem à polarização dos grupos, a disseminação de mensagens de impacto, muitas vezes embebidas de falsidades, ódio e provocações descabidas.

Pode-se se fazer uma comparação, mesmo que a grosso modo, da situação atual das plataformas digitais com o protagonismo que a indústria petrolífera estabeleceu no século passado. A pujança do setor dominou, e, ainda, domina, a matriz energética mundial, suas regras de negócio (arquitetura) se impuseram a estados, governos, indivíduos e outros segmentos da economia. Ela forjou outros ramos da indústria, como a automobilística, naval, aeronáutica, polímeros, etc. Mas mesmo diante daquele gigante inexpugnável, a pressão da sociedade (normas sociais) está fazendo valer sua vontade em prol da ecologia; as leis contiveram sua

atuação, como por exemplo o Sherman Antitrust Act de 1890, se contrapondo aos monopólios comerciais, e que impôs a dissolução da gigante Standard Oil em 34 empresas menores, nos EUA; como também se vê a edição de tantas leis regulatórias (Direito) e contenção da ação do combustível fóssil em proteção ao meio-ambiente em todo mundo. Constatou-se, neste movimento de contraposição à indústria petrolífera, a manifestação do mercado, que atendendo ao clamor da sociedade, apresenta novas soluções energéticas em substituição ao petróleo e outros atores se fixaram como concorrentes daquelas principais empresas que detiam o domínio da atividade, em seus primórdios. As forças regulatórias atuantes no segmento petrolífero agiram e continuam atuando de forma sistêmica, tal como no modelo de comunitarismo de rede. As distorções destas forças podem vir a se equilibrar com o tempo.

Porém, creio que o nosso atual ponto de observação é, ainda, muito estreito, sob o prisma temporal, e, também, impactado sobremaneira pelos novos e assustadores desafios que as inovações tecnológicas estão empreendendo, sem similaridade na história em vários aspectos e, por consequência, sem tangibilidade para traçar prognósticos precisos sobre o futuro das sociedades embebidas com estas revoluções tão disruptivas. E mesmo considerando esta distorção de forças, pela hipertrofia do poderio das plataformas, da arquitetura e do código, creio que o modelo de comunitarismo de rede persiste válido e rico em sua concepção. Entendo ser um teste de estresse da própria teoria. Mas os sinais de comoção e perplexidade com que a sociedade está se deparando com este fenômeno, atrelada às iniciativas legislativas e judiciais, mesmo com a devida contrarreação dos gatekeepers por meio das pressões e do lobby, reafirmam que as forças das normas sociais, do Direito e do mercado estão atuantes e inquietas, não demonstrando passividade ou imobilismo. Seria prematuro vaticinar um prognóstico de curto e médio prazo, mas estão em jogo as instituições e valores estruturais do estado de direito, da dignidade humana, da democracia e da liberdade de escolha e expressão, que não vejo uma possibilidade de arrastar a humanidade ao caos da dominação absolutista e despudorada do poder de uns muito poucos em detrimento de toda a coletividade. Embates deste tipo, contra concentração de poder, estarão sempre sendo travados, com ganhos e retrocessos em movimentos quase que pendulares, o que valida a concepção das correlações de forças sistêmicas atuantes na Internet por meio de vasos intercomunicantes entre si.

3 DO COMBATE ÀS *FAKE NEWS* SOBRE O PROCESSO ELETRÔNICO PELO TSE NAS ELEIÇÕES 2018 E 2020 E ANÁLISES DO MODELO REGULATÓRIO UTILIZADO À LUZ DO COMUNITARISMO DE REDE

Uma vez tratadas e caracterizadas as *fake news*, como são constituídas, a sua abrangência, os direitos e garantias fundamentais que elas ameaçam, bem como as forças regulatórias que agem para dissuadir a sua proliferação e atenuar os seus efeitos nocivos, este capítulo irá se debruçar sobre como este fenômeno se deu no Brasil no ambiente eleitoral, com foco nas eleições de 2018 e 2020. Serão identificadas também as ações desencadeadas pela Justiça Eleitoral para combatê-las.

No bojo das medidas adotadas, será analisado como se formou o envolvimento das demais forças regulatórias concebidas por Murray para aglutinar os esforços contra as desinformações sobre o processo eleitoral, que validariam ou não a regulação por comunitarismo de rede. Mediante pesquisa de campo, será identificada a percepção de agentes que atuaram diretamente no processo eleitoral destes pleitos, para apontar e reconhecer como as *fake news* sobre a sistemática eleitoral se comportaram, se as forças do comunitarismo de rede agiram em prol de um mesmo objetivo de regulação e se houve efetividade nestas iniciativas.

3.1 INTERNET E ELEIÇÕES NO BRASIL

Nos últimos 30 anos a Internet se consolidou como meio de comunicação significativo, rivalizando com os demais como televisão, rádio e jornais (BRITO CRUZ *et al*, 2019). O número de usuários no mundo passou de 16 milhões em 1995 para mais de 5 bilhões em 2021 (INTERNET WORLD STATS, 2021) e, segundo pesquisa da ZenithOptimedia (2016), já em 2016, atraía mais publicidade que a televisão. No Brasil, a proporção de usuários de Internet no país passou de 20,9% em 2005 (IBGE, 2009), 34,8% em 2008 (IBGE, 2016), 69,8% em 2017, 74,3% em 2018 (IBGE, 2020) e chegou a 152 milhões de pessoas, representando 81% da população no país, entre 2020 e 2021 com preponderância na utilização via celulares (CETIC.BR, 2021).

Como já tratado em tópicos anteriores, a característica aberta e plural da Internet modificou o modo de produzir e disseminar a informação, onde os meios centralizados de comunicação de massa (“de um para muitos”) deram lugar à figura do “*prosumer*” (produtor e consumidor), indivíduo conectado que potencialmente se torna um emissor de

“autocomunicação de massa” (“de muitos para muitos”). A intermediação da comunicação se deslocou, ou pelo menos foi compartilhada, das organizações de mídia de massa para os usuários das plataformas digitais. As barreiras para a publicação de notícias foram quebradas e o padrão imposto pelos novos meios digitais criaram figuras como os “influenciadores”, “seguidores” e a viralização das informações de toda ordem nas redes sociais, com destaque para as de natureza política (BRITO CRUZ *et al*, 2019, p. 11, 15).

As novas possibilidades de comunicação propiciada pela Internet se alinharam a uma mudança nos processos políticos e sociais importantes, em que a “confiança nas instituições político-governamentais e na imprensa do país entravam em declínio”, quando “a proporção de pessoas que confia pouco ou não confia na imprensa do país passou de 69% em 2012 para 82% em 2018”. As relações de circulação e consumo da informação política se fundiram em “criaturas e criadoras da arquitetura das plataformas”, em que as relações da tecnologia e os fenômenos políticos se tornaram complexas. Segundo estudo Universidade de Harvard sobre as eleições americanas de 2016, essas novas formas de “produção e do consumo de informação política enfraquece “ciclos de checagem da realidade””, conduzido pelo jornalismo profissional, e se voltaram para a produção de “ciclos de “retroalimentação de propaganda”, no qual a informação circula a partir de uma lógica político-partidária” (BRITO CRUZ *et al*, 2019, p. 12 e 13).

A polarização política observada nas últimas eleições brasileira, atrelada a esta mudança na produção e consumo de informação, formato da sustentação dos negócios das plataformas via algoritmos com manipulação de perfis, a formação das câmaras de eco ou filtros de bolhas e “a emergência de situações de colapso contextual (nas quais se encontra aquilo que não se conhece o contexto)” derivaram na produção das “*fake news*” ou desinformações. Segundo uma pesquisa publicada na revista Science acerca do comportamento das propagação de informações no Twitter identificou que as falsas espalham 6 vezes mais do que as verdadeiras e que, no tocante ao compartilhamento de desinformações políticas, estas operam, a contrário senso, com o intuito de desestabilizar o sistema político vigente, e não a uma intenção de ajudar ou prejudicar um candidato ou agremiação partidária (BRITO CRUZ *et al*, 2019, p. 14).

No Brasil a utilização da Internet como componente das campanhas inicia-se em 2005, com o referendo sobre armas de fogo, e intensifica em 2010 nas eleições presidenciais com as discussões inflamadas nos fóruns de Internet, em 2013 nas manifestações de junho com ativismo político digital, que desaguaram nas eleições de 2014 na disputa eleitoral entre Aécio Neves e Dilma Roussef. O ápice das manifestações políticas em formato digital se deu nas eleições de 2018, em que a militância, em especial a conservadora, protagonizou uma

“desestabilização de padrões de organização do sistema político cristalizados anteriormente”. As campanhas políticas incorporaram a mídia digital como um dos pilares de comunicação, ao lado da TV, rádio e mídia impressa. Atrelada às campanhas, surgem outros veículos de mídia digital hiperpartidária, movidos pelo impacto de suas mensagens, numa política de caça-cliques, incentivada pelas plataformas digitais, compostos de influenciadores, páginas de teorias conspiratórias e notícias sensacionalistas formando uma “estrutura de campanha em rede”, como demonstrado no quadro a seguir (BRITO CRUZ *et al*, 2019, p. 15, 17):

Atores, ambientes e motivações em campanhas políticas em rede (2016-2018)

ATORES	AMBIENTES	MOTIVAÇÕES
<ul style="list-style-type: none"> • Agentes políticos <ul style="list-style-type: none"> ○ Estrutura oficial da campanha; ○ Lideranças políticas. • Organizações da sociedade civil • Organizações de mídia <ul style="list-style-type: none"> ○ Jornalismo profissional; ○ Hiperpartidária; ○ Caça-cliques. • Usuários voluntários ou pagos/profissionalizados • Influenciadores digitais • Fornecedores privados • Agentes de governos (nacionais e estrangeiros) • Empresas e agentes econômicos 	<ul style="list-style-type: none"> • Redes sociais e suas ferramentas de publicidade digital <ul style="list-style-type: none"> ○ Plataformas de vídeo; ○ Redes sociais; • Mecanismos de busca • Web aberta <ul style="list-style-type: none"> ○ Portais; ○ Anúncios em páginas; ○ Blogs; Fóruns; • Aplicações de mensagens instantâneas • Aplicações de email • Camadas lógica e de infraestrutura de Internet <ul style="list-style-type: none"> ○ Ataques cibernéticos; ○ Espionagem via hacking. 	<ul style="list-style-type: none"> • Alinhamento político-ideológico • Vantagens financeiras • Interesse geopolítico Status e atenção

Tabela 5 - Atores, ambientes e motivações em campanhas políticas em rede (2016-2018) - Fonte: BRITO CRUZ *et al*, 2019, p. 16

A “estrutura de campanha em rede” não possui a característica hierarquizada, pois, mesmo quando alguns núcleos obedecem a uma estrutura de comando centralizada, os nós desta rede possuem liberdade e autonomia própria que, apesar de terem interação com os políticos e partidos, não estão a estes subordinados. Não se afastam as iniciativas de candidatos e partidos em organizar campanhas digitais, com contratação e controle de contas, perfis, disparos automáticos por robôs (bots), etc. Entretanto, identifica-se alinhamentos da militância a partir de afinidades político-ideológicas, interesses instrumentais ou objetivos comuns, que agem em estrutura de rede (BRITO CRUZ *et al*, 2019).

3.1.1 *Desafios do Direito Eleitoral*

Durante a década de 1990 ocorreu a estruturação do sistema político, com as possibilidades de coalizões multipartidárias e a regulação do modelo de campanhas eleitorais na TV. Este modelo forjou o conceito guarda-chuva de “propaganda eleitoral” que edificou um sistema coercitivo e fiscalizatório que tinha como principais instrumentos a remoção de conteúdo, a responsabilização dos autores, o direito de resposta e imputação de abusos de poder econômico, com possibilidades de cassação de candidaturas e mandatos (BRITO CRUZ *et al*, 2019, p. 19 e 20).

O advento da Internet impôs uma crise neste modelo regulatório. A característica aberta, com múltiplos componentes – ativistas, militantes, simpatizantes, profissionais contratados, etc., ausência de controle, globalizada, descentralizada e com manifestações virais, via impulsionamento automatizado utilizando-se de microdirecionamento baseado em perfis e de descontrolada capilarização da produção, veiculação e consumo da informação, não se moldou à regulação eleitoral vigente. A busca pela contenção dos abusos da propaganda eleitoral digital, utilizando-se das normas da radiodifusão, se mostrou ineficiente, pois o acionamento da Justiça se dava tardiamente aos efeitos causados, as determinações judiciais não conseguiam retirar o conteúdo já espalhado, não se podia apontar os autores, difusores e orquestradores ilegais e o próprio acionamento da justiça causava o “efeito Streisand”, em que a atitude de combater uma divulgação inapropriada, causa mais interesse da população em conhecer do fato, o que produz o efeito contrário ao desejado pela vítima. As decisões judiciais se mostram incapazes de operacionalizar o controle de conteúdo digital que satisfaça “os imperativos do tempo político da competição eleitoral” (BRITO CRUZ *et al*, 2019, p. 20).

Sob o manto da busca por igualdade de chances e oportunidades para os candidatos e a percepção da referida incapacidade jurídica de regular a propaganda eleitoral digital por meio da legislação em vigor, a partir de 2002 houve uma busca pela regulação da propaganda na Internet. A minirreforma eleitoral de 2013 (Lei nº 12.891/2013) não definiu precisamente o que se entende como propaganda eleitoral, tratando-a de maneira genérica e com tutela hipertrofiada. Esta amplitude protetiva culminou na imensa judicialização dos casos e criação de situações conflitivas com as plataformas digitais. Mesmo não sendo efetivas as decisões judiciais, estas passaram a ser utilizadas como “fatos políticos favoráveis e utilizáveis nas campanhas” em demonstração de “performance para o eleitorado”. Mesmo com o advento da promulgação do Marco Civil da Internet (Lei nº 12.965/2014) em que se aprimorou o aparato protetivo à “liberdade de expressão e aos modelos de negócio das plataformas”, a busca pela

remoção do conteúdo da Internet via Justiça comum se avolumou, a ponto de se constatar que os políticos figuraram como polo ativo em mais de um terço dos acórdãos pesquisados pelo InternetLab (BRITO CRUZ *et al*, 2019, p. 21 a 23).

O aparato legal e judicial para conter a propaganda digital ilegal não se mostrou eficiente. Surge então uma pressão da sociedade, do meio político e até do jurídico, para que as plataformas criem, com os recursos de inteligência artificial (IA), filtros em massa de conteúdo, aos moldes do utilizado para conter veiculações de pedofilia, terrorismo, afrontas ao direito autorial, etc. Entretanto, esta solução, aparentemente apropriada, possui diversos riscos, como as ameaças à liberdade de expressão, imposição de vieses contidos sub-repticiamente nos códigos dos algoritmos ou da construção das bases de conhecimento da IA e de interpretação imprecisa ou equivocada sobre temas controversos, como já tratado em capítulos anteriores. De mesma sorte, haveria uma hipertrofia do poder das plataformas, mesmo com alguma monitoração do Judiciário, de censurar previamente as informações, assemelhando-se aos julgos autoritários. Soluções alternativas e que aperfeiçoam os mecanismos de regulação de conteúdos em massa pelas plataformas estão sendo implementadas, mesmo com resultados que, ainda, não se mostram plenamente adequados e com diversas falhas e controvérsias. São exemplos: a fixação de políticas de conteúdo e termos de uso com limitações e vedações a discursos e manifestações inapropriadas e ilegais; criação de contingentes de moderadores internos e independentes externos para averiguação dos conteúdos; criação de curadorias para monitoração dos algoritmos das plataformas; etc. Estas soluções são frutos de uma pressão exercida pelo mercado de anunciantes, órgãos públicos reguladores, organizações políticas e sociedade civil em busca de legitimidade, equidade e transparência. Entretanto, estão sendo construídas em meio a conflito de forças econômicas e empresariais, e a cultura jurídica e padrões morais ocidentais, principalmente norte-americanos (BRITO CRUZ *et al*, 2019, p. 24).

Outra iniciativa para regular a propaganda eleitoral foi o estabelecimento de regras para o impulsionamento, compra de anúncios e microdirecionamento de propaganda eleitoral introduzidas após a reforma eleitoral de 2017. Especificamente o art. 57-C da Lei das Eleições (Lei 9.504/97) assim estabelece:

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. [...]

§ 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.

A Resolução TSE n. 23.551 define o termo “impulsioneamento”:

Art. 32. Para o fim desta resolução, considera-se: [...]

XIII – impulsioneamento de conteúdo: o mecanismo ou serviço que, mediante contratação com os provedores de aplicação de Internet, potencializem o alcance e a divulgação da informação para atingir usuários que, normalmente, não teriam acesso ao seu conteúdo;

Entre as formas de impulsioneamento que é utilizado no Brasil está o de comunicação privada. Empresas são contratadas para o disparo de emails, SMS e mensagerias, com grande destaque para a ferramenta Whatsapp, que além do envio em massa de mensagens estas organizações são incumbidas de criação e administração de grupos. Questiona-se nesta modalidade, a forma em que os dados utilizados, telefones e de natureza pessoal, necessários para o impulsioneamento são obtidos, pois não se tem a certeza de que os cadastros usados, muitas vezes obtidos de terceiros, teriam a anuência dos donos dos dados para tal envio. Menciona-se o caso de uma campanha deste tipo para presidência da república onde se utilizou a base do Bolsa Família para se prometer a extensão de benefícios. Pesquisa da Opinion Box/MobileTime (PAIVA, 2018), aponta que 72% dos cidadãos maiores de 16 anos receberam mensagens sobre política durante o período eleitoral de 2018, sendo que 36% destes disseram que foram originadas de números desconhecidos. Entretanto, o WhatsApp, que é o principal aplicativo de mensageria utilizado no Brasil, possui política *antispam* que não permite que empresas enviem massivamente mensagens aos usuários. Detecta-se que neste caso vigora o engajamento de militantes que voluntariamente difundem as campanhas alinhadas ideologicamente. Não se descarta, porém, a importância dos meios organizados que buscam burlar tecnicamente os mecanismos de bloqueio de spam para o envio em massa. E se tem obtido “eficiência significativa quando articuladas com militância que atue de forma descentralizada e capilarizada”. Questiona-se, ainda, se esta atividade destas empresas especialistas poderia se encaixar como impulsioneamento, pois à luz do art. 57-C §3º da Lei das Eleições, este deve ser ofertado pelo próprio provedor de aplicações, o que não se observa. Acrescente-se também o disposto no art. 24 desta mesma lei, que proíbe que estas empresas contratadas utilizem, doem ou cedam “cadastros eletrônicos de seus clientes, em favor de candidatos, partido e coligações”. (BRITO CRUZ *et al*, 2019, p. 30 a 33).

Nesta esteira forma-se outro desafio ao Direito Eleitoral: conectar-se às bases da Lei Geral de Proteção de Dados (Lei 13.709/2018). Na busca pelo direcionamento preciso e individualizado da divulgação de propagandas (microtargeting) políticas a atenção se volta para as possíveis infringências à LGPD, a partir da utilização de dados pessoais não autorizada. O

problema reside na legislação eleitoral, seja nos regulamentos emanados pelo TSE, quanto na Lei das Eleições, que não absorveu os dispositivos da LGPD. Imagina-se que uma ponte conceitual-doutrinária haverá de ser construída entre estas duas fontes normativas que protegem direitos constitucionais. Entretanto, a partir do caso da Cambridge Analytica e Facebook (MEIO&MENSAGEM, 2018), medidas de prevenção e coibição de coleta direcionada e roubo de dados estão sendo implementadas pelas plataformas digitais (BRITO CRUZ *et al*, 2019).

3.1.2 Bots, Inautenticidade, Influenciadores e Abusos

Na busca de amplificar a visibilidade de candidatos e importância dos seus temas, discursos e narrativas, tem-se aplicado novas técnicas de forja de autenticidade e espontaneidade. O objetivo destas iniciativas é de tornar relevante e popular alguma questão que atraia a atenção e ofusque ou intimide outras indesejáveis. Para tanto, tem-se utilizado bots (programas que executam tarefas autonomamente, simulando a ideia de robôs - robots), que não são necessariamente maléficos, pois executam diversas funções de auxílio e melhoria das redes (crawlers, chatbots, etc.), mas são significantes a ponto de constituir em torno de 40% do tráfego da Internet (IMPERVA, 2021). O problema reside quando os bots simulam a existência de seres humanos, com o objetivo de fraudar a confiança do público e promover conteúdos e engajamento de simpatizantes aos discursos emanados por eles. Estas simulações enganam os receptores das mensagens fazendo com que valorizem determinados pontos de vista ou políticos, distorçam “a dimensão de movimentos políticos”, manipulem e radicalizem discussões, sob falsas bases. No Brasil foi possível detectar a utilização de bots especificamente nas eleições de 2010 (GRAGNANI, 2018), simulação e automatização no Twitter em apoio a candidatos nas eleições de 2014 (ARNAUDO, 2017; CÓRDOVA, et al., 2017), durante o processo de impeachment (RUEDIGER, 2018), no pleito de 2018 (LAGO; MASSARO, 2018) e 2020 (SANTOS; et tal, 2021) (BRITO CRUZ *et al*, 2019, p. 37).

Outra estratégia de marketing político digital é a contratação de personagens de grande visibilidade na Internet, com inúmeros seguidores, os chamados influenciadores digitais para, mediante pagamento, defenderem causas, interesses e os próprios candidatos a eles atrelados. Há controvérsia neste tipo de estratégia, visto que alguns consideram mera liberdade de expressão exercida pelos influenciadores e outros, como infringência às disposições sobre impulsionamento de conteúdo da Lei Eleitoral. Este posicionamento calca-se no fato de que não se trata de mero trabalho de campanha, assemelha-se à venda de espaço publicitário e se apresenta, no mínimo, de uma falta de transparência para com os seus seguidores, que desconhecem que aquelas opiniões são fruto de negociações com percepção de pecúnia (BRITO

CRUZ *et al*). A importância dos políticos e influenciadores é apontada na pesquisa do Instituto Reuters (NEWMAN; et tal, 2020) ao “analisar tipos, fontes e alegações de desinformação envolvendo a Covid-19 apontou que 20% das *fake news* foram espalhadas por políticos proeminentes e celebridades”, mas que responderam por 69% do engajamento nas redes sociais (BECKER, 2021).

Atrelando-se à confiança transmitida por políticos e influenciadores, Ruediger e Grassi (2019, p. 17) indicam outro componente da desinformação que aumenta o engajamento: a verossimilhança. Esta é comumente utilizada em reprodução de atributos comuns aos usados por veículos de mídia convencionais, universidades e instituições de pesquisa, como também a menção de “números; estatísticas; citações a atores reais; referências incorretas de autoria; uso de dados oficiais para estabelecer relações causais imprecisas. Ferramentas úteis para a confecção mal-intencionada de *fake news*”.

Um mecanismo geralmente indicado para conter as desinformações é a consulta a fact-checkers. Entretanto, verifica-se este recurso ter pouca força para contê-las completamente, dado que grande parte delas estão atreladas intrinsecamente às “crenças nas fontes de compartilhamento, independente da existência de dados ou comprovações científico-pragmáticas no conteúdo compartilhado”. Os sites de fact-checking são consultados em quase mesma intensidade aos acessos às *fake news*: 25,3%. O problema reside no fato que os “dois grupos não se misturam: quem lê uma notícia falsa não procura informações sobre a acurácia dessa notícia, e vice-versa”. Para se ter uma ideia, “somente metade do público que acessou *fake news* acessou uma verificação de notícia (...), e nenhuma pessoa do corpus conferiu uma notícia falsa e a verificação sobre a mesma notícia” (RUEDIGER; GRASSI, 2019, p. 19 e 20).

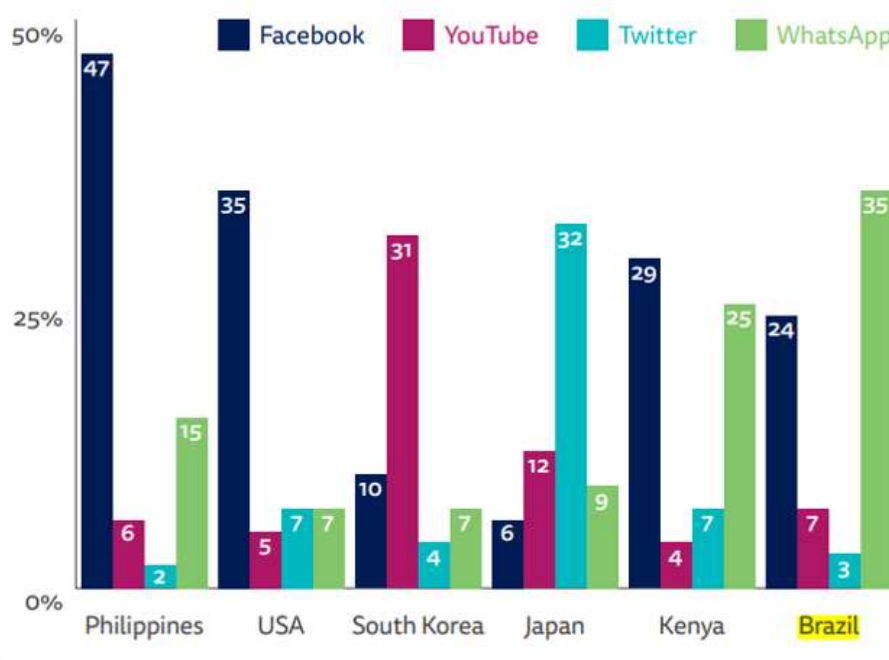
3.1.3 Fake News eleitorais no Brasil

Segundo o relatório anual da Freedom House (2019), instituição de monitoramento da democracia financiada em parte pelo governo dos Estados Unidos, governos e órgãos locais de 26 de 30, mais de 85%, das nações estudadas, buscaram interferir e influenciar, via Internet, as eleições, se tornando uma “estratégia essencial” para aqueles que procuram desvirtuar os caminhos democráticos. As desinformações e a propaganda por meio digital nas redes sociais, se tornaram as ferramentas mais utilizadas, que funcionam a menor custo e com maior efetividade, segundo Mike Abramowitz, presidente da Freedom House. Tais estratégias, por meio do uso de algoritmos, têm sido utilizados para contornar as regras que visam a garantia das eleições livres e justas (SZAFRAN, 2019).

Um estudo, conduzido pelo MIT (ARAL, et tal; 2018), em que se analisou mais de 4

milhões de tuítes entre 2006 e 2017 revelou que as mentiras políticas alcançam 20.000 pessoas em rapidez três vezes maior que outras atinjam 10.000 e possuem 70% mais chances de serem retuitadas que as verdadeiras. Entretanto, as histórias verdadeiras levam 6 vezes mais tempo para alcançar 1.500 pessoas do que as falsas (BECKER, 2021). Neste contexto de propagação de *fake news* no Brasil, de acordo com o Reuters Institute Digital News Report 2020 (NEWMAN; et tal, 2020), foi detectado que 84% dos brasileiros temem ser enganados por desinformações, contrastando com, por exemplo, a Holanda, onde apenas 32% possuem esta mesma preocupação. Os entrevistados indicam como fontes das notícias falsas, os próprios políticos (40%) seguido por ativistas (14%), jornalistas (13%), cidadãos (13%) e governos estrangeiros (10%). No tocante à preocupação com os aplicativos de mensagens privadas, 35% dos brasileiros apontaram que o WhatsApp é o maior motivo de apreensão, acompanhado por países como Chile, México, Malásia e Cingapura, que também destacaram este mesmo aplicativo. Esta posição contrasta com os demais países, como se vê no gráfico (p. 20):

PLATAFORMA MAIS PRECUPANTE PARA INFORMAÇÕES FALSAS E ENGANOSAS – PAÍSES SELECIONADOS ³⁴



³⁴ FAKE_NEWS_2020c. Qual dos seguintes, se houver, você está mais preocupado com on-line? Por favor selecionar um. Informações falsas ou enganosas de... Base: Amostra total em cada mercado ≈ 2000.

Figura 30 - Plataforma Mais Preocupante Para Informações Falsas E Enganosas – Países Seleccionados - Fonte: NEWMAN; et tal, 2020, p. 20

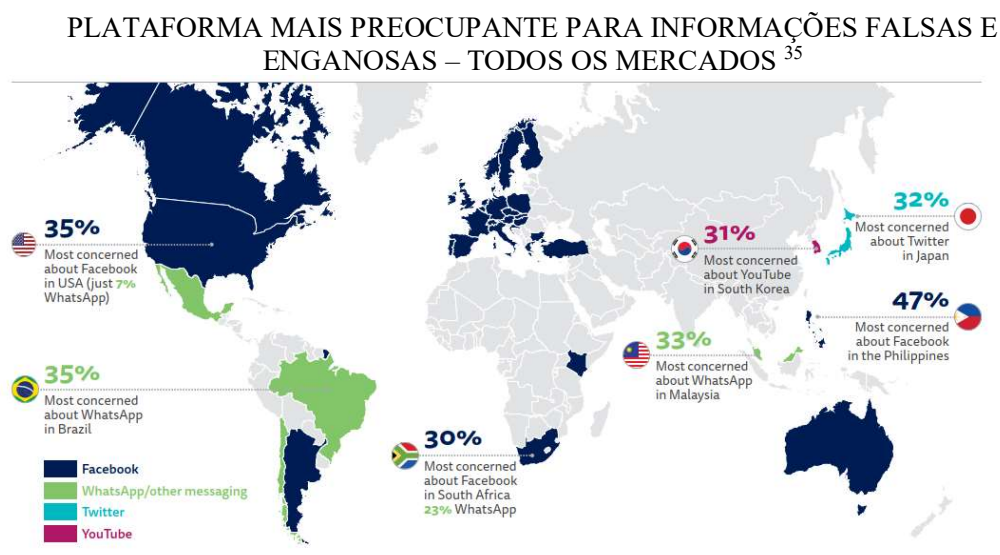


Figura 31 - Plataforma Mais Preocupante Para Informações Falsas E Enganosas – Todos Os Mercados - Fonte: NEWMAN; et tal, 2020, p. 20

Em termos globais, a apreensão com desinformações nas mídias sociais, 29% dizem estar mais preocupados com o Facebook, seguido pelo YouTube (6%) e Twitter (5%). Em razão deste fato, o Facebook passou a financiar mais os fact checkers independentes e tanto ele quanto o Twitter e YouTube tiraram de suas plataformas desinformações que violaram suas diretrizes, incluindo um vídeo do presidente brasileiro Jair Bolsonaro (NEWMAN; et tal, 2020, p. 21)

Ruediger e Grassi (2019, p. 7) chamam a atenção para as características das desinformações políticas e o perigo que estas impõem. Citando a filósofa Hannah Arendt, eles apontam que a ameaça imposta pelas mentiras disseminadas em massa é de que elas não venham a substituir a verdade, mas que possam a destruir. Neste contexto, à “medida em que sociedade passa a recusar a verdade, acaba o discernimento dos sujeitos em diferenciar o que é verdade e o que não é”. As *fake news* impulsionadas da forma em que são, “podem fazer com que haja perda na capacidade de ação política nos espaços públicos”. Se apoiando em Castells, os autores concluem que o fenômeno da pós-verdade e da desinformação, que “busca deturpar

³⁵ FAKE_NEWS_2020c. Qual dos seguintes, se houver, você está mais preocupado com on-line? Por favor, selecione um. Informações falsas ou enganosas de... Base: Amostra total em cada mercado ≈ 2000, Taiwan = 1027.

o passado e o presente, contribui para transformar a incerteza na única verdade confiável”, o que “colabora tanto para usurpar a futura possibilidade de um agir político transformativo, quanto para minar o fortalecimento de uma sociedade livre e democrática”.

3.2 ELEIÇÕES, *FAKE NEWS* E AÇÕES DO TSE EM 2018

O estudo de BRITO CRUZ e MASSARO (2019), desenvolvidas no InternetLab, acerca das estratégias de uso de ferramentas de impulsionamento de campanhas digitais das pré-candidaturas das eleições de 2018, demonstrou que os anúncios veiculados foram direcionados a públicos amplos e demografias abrangentes, para os interessados e interagentes com as páginas dos próprios candidatos e seus partidos e para os seguidores de candidatos opositores. Entretanto, os gastos com propaganda digital em 2018 representaram menos de 2% do total de R\$ 5 bilhões de despesas eleitorais declarados, compreendidas de outras formas de publicidade – material impresso, 10,7%, R\$ 590 milhões; serviços de terceiros, 7,7%, \$ 429 milhões); funcionários, 6,5%, R\$ 400 milhões; produção de programas de rádio ou TV, 6%, R\$ 339 milhões (BRITO CRUZ *et al*, 2019).

3.2.1 *Fake News em 2018*

De acordo com a pesquisa da Opinion Box/MobileTime (PAIVA, 2018), 80% dos entrevistados disseram ter recebido mensagens pelo WhatsApp com mentiras, sendo que 10% destes admitiram as terem repassado informações políticas em a conferência do conteúdo – o autor admite que este percentual deva ser bem maior, dado que este reconhecimento, mesmo que anônimo, não é geralmente externado. Do universo daqueles que receberam mensagens políticas (72% do geral), 87% disseram que estas nada influenciaram seu voto, ao passo que 10% admitiram terem sido influenciado um pouco e 3% foram muito influenciados.

Os grupos políticos antagônicos nas eleições de 2018, do candidato Haddad e o Bolsonaro, estiveram discutindo o fluxo de *fake news*, atribuindo majoritariamente que a mídia em geral e o grupo bolsonarista estariam produzindo as desinformações.

Evolução de menções sobre Fake News no Twitter

de 1º de agosto a 15 de agosto

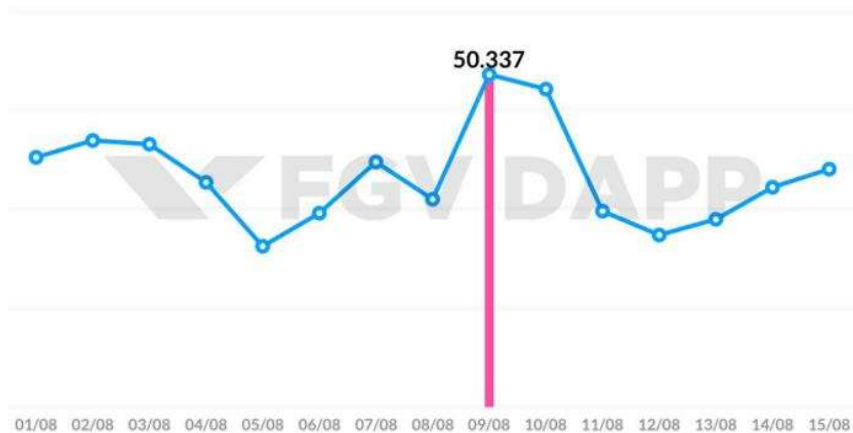


Figura 32 - Evolução de Menções sobre Fake News no Twitter de 1 a 15/08/2018 - Fonte: Twitter | Elaboração: FGV DAPP (RUEDIGER; GRASSI, 2019, p. 24)

Evolução de menções sobre Fake News no Twitter

de 29 de outubro a 12 de novembro



Figura 33 - Evolução de Menções sobre Fake News no Twitter de 29/10 a 12/11/2018 - Fonte: Twitter | Elaboração: FGV DAPP (RUEDIGER; GRASSI, 2019, p. 36)



Figura 34 Menções sobre Fake News no Twitter de 22/09 a 21/10/2018 - Fonte: Twitter | Elaboração: FGV DAPP (RUEDIGER; GRASSI, 2019, p. 26)

O estudo da FGV DAPP (RUEDIGER; GRASSI, 2019, p. 27) identificou também a participação de perfis estrangeiros publicando tuítes sobre a política brasileira. O maior influenciador foi o perfil @RT_com, canal estatal de televisão russa, com 232 perfis. Constatou-se também perfis espanhóis como RT e @ActualidadRT, além do @SputnikInt, canal de notícias russo. Países da América Latina participaram em favor da candidatura do PT, com 117 perfis automatizados com 332 publicações provindos da Venezuela, 11 perfis com 18 publicações da Argentina, 6 contas de Cuba com 39 publicações e 4 perfis com 11 publicações do Equador, perfazendo um total de 138 perfis.

Relação entre os grupos de robôs e os atores políticos

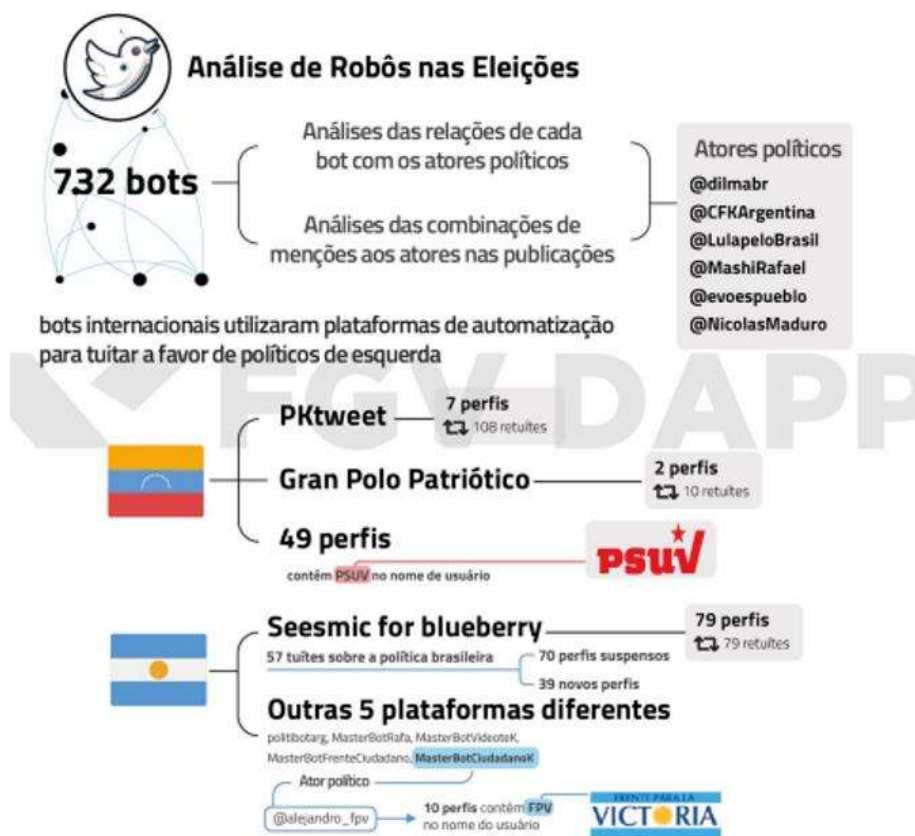


Figura 35 - Relação entre os grupos de robôs e os atores políticos - Fonte: Twitter | Elaboração: FGV DAPP (RUEDIGER; GRASSI, 2019, p. 28)

3.2.2 Fake News acerca do Sistema Eleitoral em 2018

De acordo com o Policy paper de Ruediger e Grassi (2018-b), desenvolvido na FGV DAPP, “Desinformação on-line e processos políticos: a circulação de links sobre desconfiança no sistema eleitoral brasileiro no Facebook e no YouTube (2014-2020)”, “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”. Chamam a atenção de que alguns links mais propagados são replicados em diferentes anos, sendo que o mais popular foi publicado em 2016 e conquistou maior engajamento em 2019 (p. 1). Afirmam ainda, que as mensagens que questionam a “lisura dos pleitos nacionais é um vértice importante do problema das campanhas de desinformação e da circulação de *fake news* em plataformas de mídias sociais no Brasil”. Destacam que alguns posts que “atacam frontalmente a legitimidade das urnas eletrônicas e do sistema eleitoral” são numerosos e tem o poder de atrair enormes

volumes de interações e compartilhamentos nas plataformas como Facebook, Twitter e YouTube, e em aplicativos de comunicação privada, como WhatsApp e Telegram. Os autores detectaram que apesar das narrativas sobre a suposta farsa das eleições não são recentes, mas têm-se avolumado ao longo dos anos e provocado uma amplificação do “clima de animosidade social, desconfiança institucional, radicalização da política e, em termos mais práticos, gerando confusões no registro de voto em pleno dia das eleições” (p. 6).

Entre os dias 19 de agosto a 18 de setembro de 2018, o Twitter contabilizou 841.000 menções com desconfiança sobre a lisura das eleições. Houve a polarização entre 2 linhas, pelo menos: a discussão sobre a validade do processo eleitoral sem a presença de Lula como candidato; e, o questionamento da confiabilidade das urnas eletrônicas e todo o processo eleitoral, associado ao Bolsonaro (RUEDIGER; GRASSI, 2019, p. 30).

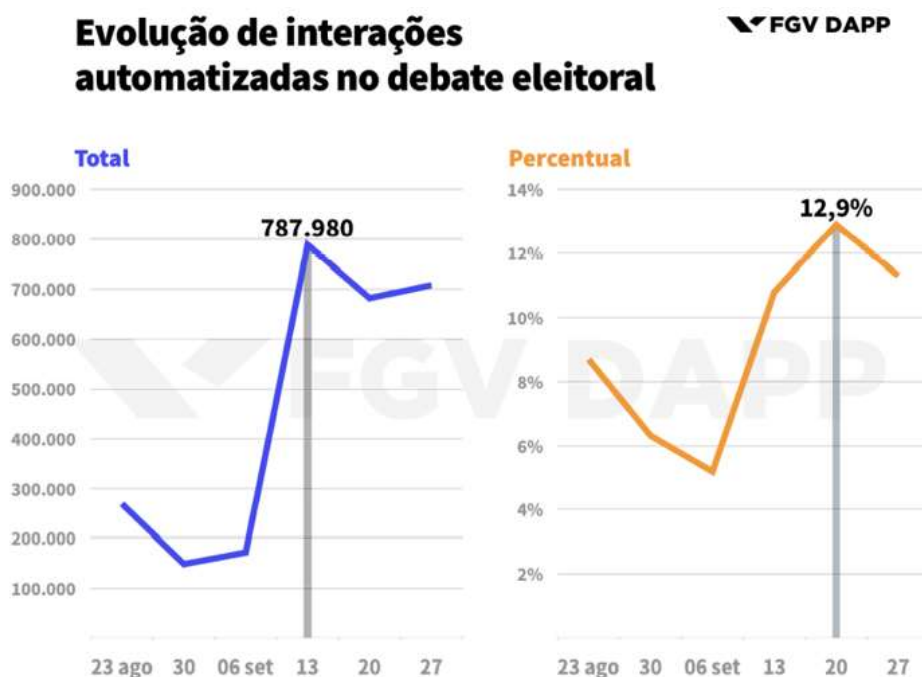


Figura 36 - Evolução de interações automatizadas no debate eleitoral - Fonte: Twitter | Elaboração: FGV DAPP (RUEDIGER; GRASSI, 2019, p. 31)

Os vários grupos políticos que disputaram as eleições de 2018 se utilizaram de bots para impulsionarem posts de seus interesses. A FGV DAPP encontrou 3.198 contas automatizadas, que geraram 681.980 interações — 12,9% do total de retuítes do grafo abaixo, sendo que 17,8% originaram do grupo alinhados ao Bolsonaro e à esquerda, 13,2% das interações.

Mapa de interações com robôs sobre os presidenciais

5.285.575 retuites | data de análise: 12.set a 18.set

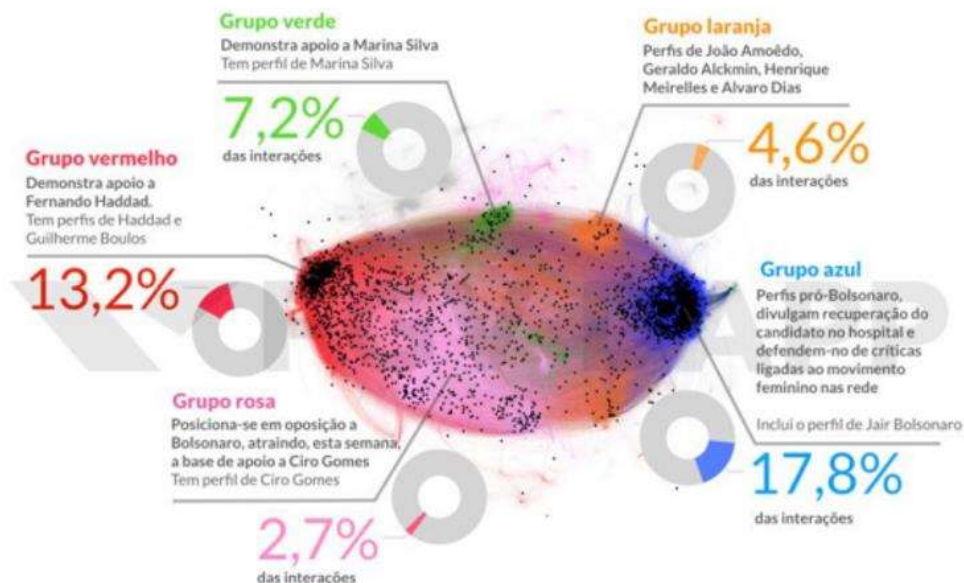


Figura 37 - Mapa de interações com robôs sobre presidenciais - Fonte: Twitter | Elaboração: FGV DAPP (RUEDIGER; GRASSI, 2019, p. 32)

Alguns episódios foram relatados de divulgação de desinformações, desmentidas em seguida, mas que ganharam enorme visibilidade, como o vídeo de uma votação em uma urna (proibido por lei) que autocompletava o voto para o candidato do PT, Fernando Haddad, e que fora compartilhado por diversos políticos importantes, como o hoje senador Flávio Bolsonaro (Republicanos-RJ) e a deputada federal Joice Hasselmann (PSL-SP) e páginas populares, como Conservadores em Ação e República de Curitiba. Outro caso, difundiu-se a *fake news* de que o Fernando Haddad haveria recebido um número maior de votos do que eleitores na seção eleitoral do Japão. Um vídeo também foi postado denunciando a urna por ter supostamente anulado o voto dado ao Bolsonaro (RUEDIGER; GRASSI, 2020, p. 7). Tais situações se assemelham ao conceito de “pânico moral informacional, concebido pelo sociólogo Stanley Cohen” (1972 *apud* RUEDIGER; GRASSI, 2020, p. 8) que endereça “às ansiedades públicas desencadeadas pela percepção de ameaça a valores e aos interesses da sociedade, ativadas pela cobertura dos media de massa” (p. 8).

Ruediger e Grassi (2020, p. 8) entendem que o alto fluxo de conteúdos focando em um só assunto, indicam uma técnica aprimorada de emprego reiterado para “atrair engajamento digital por meio do conflito, da agitação, da indignação, do exagero e do descontentamento”,

em que são utilizados todo tipo de formas, como “memes, hashtags, ondas de assédio e *fake news*, em uma espécie de pirataria da economia da atenção”, que teria surpreendido as “democracias desprevenidas” nas segunda e terceira décadas do século 21.

Os posts com desinformações que defendem a tese de desconfiança no sistema eleitoral passaram a ser monitorado pela FGV DAPP a partir de 2018, tendo sido analisado 1,1 milhão de tuítes até o primeiro turno das eleições de 2018 com suposições de fraude nas urnas eletrônicas. Se constatou que as *fake news* sobre este tema suscita mais engajamento que outras que abordam o conservadorismo moral, como o “kit gay” e “ideologia de gênero”. Entre agosto e outubro de 2018 foram identificadas 33 *fake news*, desmentidas por fact-checkers, que narravam supostas fraudes nas urnas e/ou ameaças de “golpe eleitoral no Brasil”, sempre em desfavor do candidato Bolsonaro, e que foram replicadas inúmeras vezes (DOURADO, 2020; RUEDIGER E GRASSI, 2020, p. 8). Uma estratégia utilizada para galvanizar o engajamento dos que recebiam os posts foi a de legitimação das fontes, geralmente a partir de líderes e influenciadores, que funciona como uma “espécie de autorização para a reprodução de discursos nos ambientes digitais, inclusive aqueles que integram eventos eminentemente desinformativos” (p. 9).

No entendimento de Ruediger e Grassi (2020, p. 10) o ano de 2018 foi destacado pela polarização política além das questões partidárias e mobilizado pelo “sentimento de ameaça e por afetos negativos contra grupos sociais definidos politicamente, entendimento abrangido no conceito de polarização afetiva”, transformando em uma “discussão pública on-line polarizada, radicalizada e intolerante, contudo, ficou mais nítida na paisagem social, política e comunicacional digital brasileira” desde 2014. Os autores enaltecem que a produção de produção de informações políticas, baseadas em desinformações, levaram os assuntos relativos à desqualificação do sistema eleitoral a ocupar um ponto central no movimento de desconfiança que ameaça os elementos democráticos da esfera pública.

O fluxo de conspirações eleitorais tem o ano de 2018 como epicentro que transborda para as eleições de 2020. Os assuntos destas *fake news* passam pela “denúncia de suposta fraude nas urnas do país, um misterioso incêndio que destruiu urnas eletrônicas na Venezuela”, exposição de provas de que o Bolsonaro ter sido eleito no primeiro turno, ou a de que “peritos que “desmascaram” urnas, deixando ministros do Supremo Tribunal Federal em desespero” (p. 12).

Posts com links sobre desconfiança eleitoral no Facebook

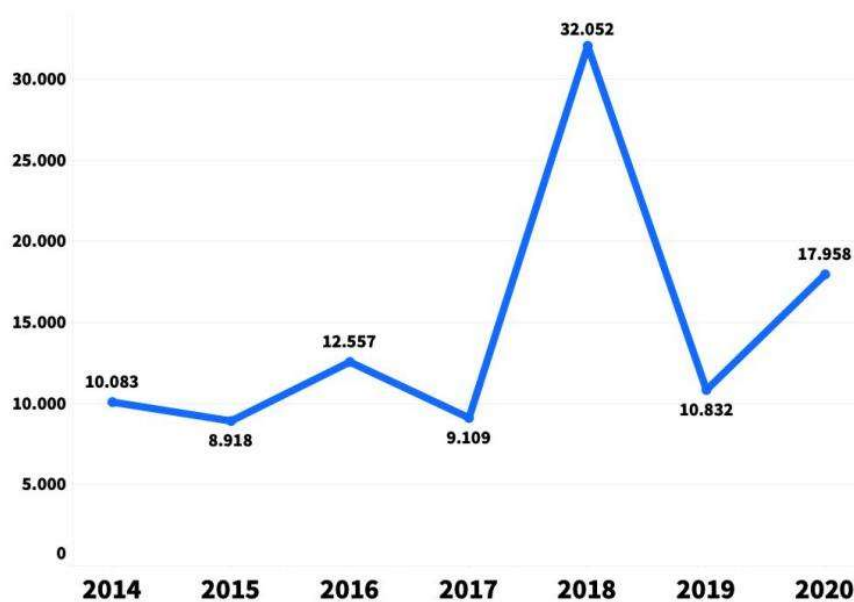


Figura 38 - Posts com links sobre desconfiança eleitoral no Facebook - Fonte: Facebook | Elaboração: FGV DAPP (RUEDIGER, GRASSI; 2020, p. 13)

Vídeos sobre desconfiança eleitoral no YouTube

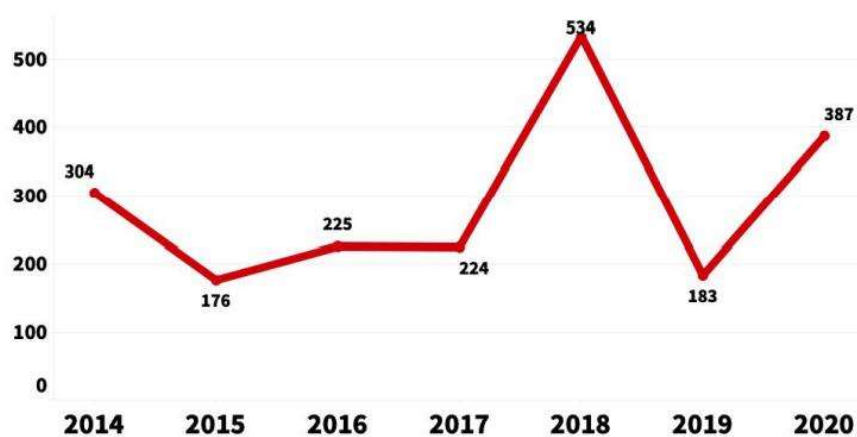


Figura 39 - Vídeos sobre desconfiança eleitoral no YouTube Fonte: Facebook | Elaboração: FGV DAPP (RUEDIGER, GRASSI; 2020, p. 13)

Figura 41 - Evolução de postagens por mês no Facebook – Fonte: Facebook | Elaboração: FGV DAPP (RUEDIGER, GRASSI; 2020, p. 17)

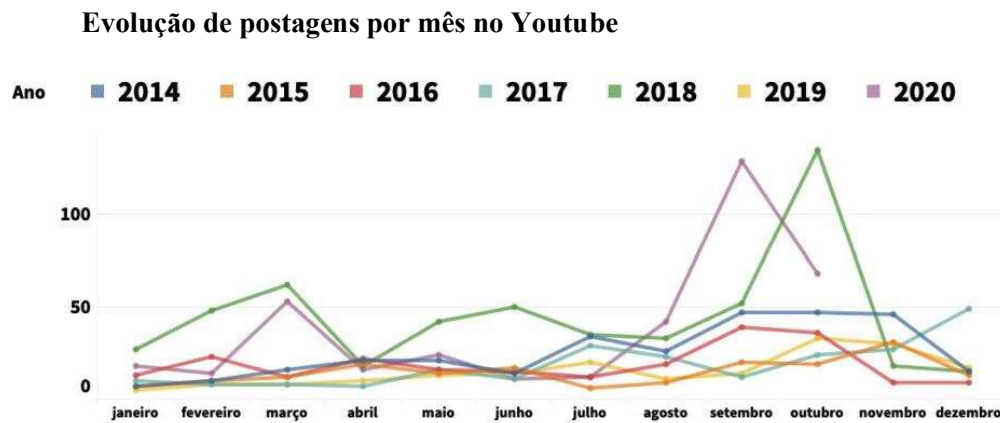


Figura 42 - Evolução de postagens por mês no Youtube - Fonte: YouTube | Elaboração: FGV DAPP (RUEDIGER, GRASSI; 2020, p. 18)

Verifica-se que o pico das postagens se dá, nos anos das últimas eleições (2018 e 2020), no período de meses pré-eleitorais de setembro e outubro. Registrou-se no período entre janeiro de 2014 e outubro de 2020, um total de 16.107.846 interações no Facebook e 23.807.390 visualizações no YouTube. E só no ano de 2018, foram computadas 6.609.658 (41% do total) interações no Facebook e 12.391.949 (52% do total) visualizações no YouTube. Os anos de 2017 e 2018 também mostraram serem os mais expressivos em termos de engajamento (RUEDIGER, GRASSI; 2020, p. 19).

Links com mais engajamento no Facebook

Título	Canal/Domínio	Engajamento
PF desmantela quadrilha que cobrava até R\$ 5 milhões para fraudar urnas eletrônicas	folhacentrosul.com.br	102.458
TSE entregou códigos de segurança das urnas eletrônicas para a Venezuela e negou acesso para auditores brasileiros (veja o ..	www.jornaldacidadeonline.com...	94.947
Atacar o Judiciário é atacar a democracia, diz Toffoli	noticias.uol.com.br	65.666
Urna com problema tumultua sessão eleitoral em Curitiba	paranaportal.uol.com.br	49.156
Filho de Bolsonaro pede que eleitores filmem urnas em caso de problemas	jovempan.com.br	39.855
PF prende três em suposto esquema para fraudar urna eletrônica neste ano	g1.globo.com	37.539
Durante conferência nos EUA, hackers invadem urnas eletrônicas em questão de minutos	jornalivre.com	32.312
Após Bolsonaro denunciar fraudes, TSE quer reação institucional forte contra o presidente (veja o vídeo)	www.jornaldacidadeonline.com...	31.752
Hacker de 19 anos mostrou como fez para fraudar eleições no Rio de Janeiro	folhacentrosul.com.br	31.319
Dilma sofre nova derrota e voto impresso nas eleições passa a ser obrigatório - PSDB - Partido...	www.psdb.org.br	28.892
Juizes e juristas movem ação para que 100% das urnas tenham voto impresso já em 2018	republicadecuritiba.net	26.441
Sem a confiança da população, PSL solicita e TRE fará auditoria pública de urnas eletrônicas na sexta	www.mblnews.org	24.273
Brasil é único país do mundo que utiliza urnas eletrônicas inaudíveis e obsoletas	www.ilisp.org	22.007
Eleitor agride mesária e alega fraude ao tentar votar 17 para governador; assista vídeo	www.feedclub.com.br	21.827
Filho de Bolsonaro pede a eleitor que filme urna; prática é crime eleitoral	veja.abril.com.br	21.379

Figura 43 - Links com mais engajamento no Facebook - Fonte: Facebook|Elaboração: FGV DAPP (RUEDIGER, GRASSI; 2020, p. 20)

Vídeos com mais visualizações no YouTube

Título	Canal/Domínio	Visualizações
TENSÃO NO STF: PERITOS DESMASCARAM URNAS ELETRÔN..	Top tube Famosos	1.515.580
The Noite (19/08/14) - Entrevista com Diego Aranha	The Noite com Danilo Gentili	633.142
FRAUDE COMPROVADA NAS URNAS ELETRÔNICAS NESTA ELEIÇÃO TIAGO FONSECA	Tiago Fonseca	543.423
BOMBA: "TSE E O CANCELAMENTO DAS ELEIÇÕES" POR FR..	Top tube Famosos	488.389
FRAUDE NAS URNAS ELETRÔNICAS: ELEITORES NO BRASIL TODO CONFIRMAM A FARSA!	Manual de YAUH יהודה	354.729
Recadastramento Biométrico #SomosTodosOtários @CanalDoOtario	Canal do Otario	334.180
Perito prova que video de urna fraudada não é fake	GLEITONFREIRE	267.682
Cabo Daciolo questiona Alckmin sobre possíveis fraudes em urnas eletrônicas	Band Jornalismo	246.411
Vídeo denuncia urna eletrônica computando votos sozinha	Ficha Social	207.824
Bolsonaro faz grave denúncia sobre plano de fraude no TSE para sabotar eleições de 2018	Ficha Social	200.885
BOLSONARO REAGIU E URNAS ELETRÔNICAS DA CHINA	Paula Marisa	197.171
Joice posta flagra de urna favorecendo Haddad " Eleições 2018 "	Universo	188.227
Entenda por que Bolsonaro acha que houve fraude na eleição de 2018	Poder360	185.037
A FRAUDE ELEITORAL EM 2014. EXPLICADO COMO FIZERAM A FRAUDE.	Klinger Neto	162.033
Veja como fiscalizar as urnas eletrônicas: VOCÊ FISCAL	EDUARDO BOLSONARO	159.880

Figura 44 - Vídeos com mais visualizações no YouTube - Fonte: Facebook | Elaboração: FGV DAPP (RUEDIGER, GRASSI; 2020, p. 21)

Nos conteúdos divulgados revelam uma “presença expressiva de páginas e canais hiperpartidarizados” e que “estimulam a desconfiança no sistema eleitoral”, havendo “indícios de associação entre mídia hiperpartidária e desinformação”. A circulação contínua desses conteúdos, geram um “sentimento de pertencimento e confiança e, por conseguinte, a ação política” que “podem fomentar dinâmicas de ameaça à estabilidade democrática” (p. 22).

Por fim, os autores concluíram que a circulação de narrativas de desconfiança no sistema eleitoral, “estão associadas a um maior engajamento e recorrência em ambientes digitais”, com observação de circulação de “conteúdos perigosos, hiperpartidarizados e *fake news* no corpus examinado, que sugerem padrões de polarização, intolerância e desinformação na história recente do país” (p. 25). Tal quadro de polarização, com engajamento crescente “em torno de temas que provocam o enfraquecimento gradual de instituições e normas democráticas, alerta para reflexões urgentes”. Este fluxo de conteúdos “promovem engano e desinformação pode incidir em cenários perniciosos aos regimes democráticos” (p. 26).

3.2.3 *Medidas concebidas pelo TSE e Parceiros para o combate às fake news nas Eleições de 2018*

Com vistas a enfrentar os desafios de combater as desinformações e minimizar os seus efeitos, o TSE desencadeou diversas ações (TSE, 2018):

- Acordo de colaboração do TSE com 28 partidos³⁶ políticos para “a manutenção de um ambiente eleitoral imune à disseminação de notícias falsas (*fake news*) nas Eleições Gerais de 2018” que se comprometeram “a manter o ambiente de hígidez informacional, de sorte a reprovado qualquer prática ou expediente referente à utilização de conteúdo falso no próximo pleito”;
- O TSE firmou parceria com o Clube Associativo dos Profissionais de Marketing Político (Camp) com o compromisso de “manter um ambiente informacional saudável, reprovando qualquer meio relacionado ao uso de conteúdo falso nas eleições” e colaborar com o TSE e outros “órgãos na identificação das chamadas *fake news*, auxiliando na promoção de “um ciclo eleitoral mais transparente e justo”;
- O TSE assinou memorandos de entendimento com as empresas Google e Facebook com o objetivo de elas prevenirem e combaterem a “desinformação gerada por terceiros, além de apoiar a Corte em projetos de fomento à educação digital, e em iniciativas de promoção do jornalismo de qualidade”;
- O TSE criou o Conselho Consultivo sobre Internet e Eleições, “em dezembro de 2017”, (RUEDIGER, GRASSI; 2019, p. 16), constituído por representantes do Tribunal e várias entidades públicas como Ministério Público Eleitoral, a Polícia Federal, a Agência Brasileira de Inteligência (Abin), os Ministérios da Defesa, da Justiça, da Ciência e Tecnologia, Inovações e Comunicações, FGV DAPP, dentre outros. O Conselho teve como atribuições “a realização de pesquisas e estudos sobre as regras eleitorais e a influência da Internet nas eleições, em especial sobre o risco das *fake news* e do uso de robôs na proliferação desse tipo de conteúdo”;

³⁶ AVANTE, DC, DEM, MDB, PCB, PCdoB, PMB, PR, PSDB, PDT, PHS, NOVO, PPL, PP, PRB, PROS, PRP, PSC, PSD, PSL, PSOL, PSB, PTB, PV, PATRI, REDE, SD e PMN). Até o momento, apenas sete partidos - PCO, PMB, PT, PRTB, PSTU, PTC e PODE - não firmaram o compromisso.

- O Conselho de Política Institucional do TSE firmou termo de cooperação com instituições da sociedade civil com o intuito de “desestimular e coibir a produção e a disseminação de conteúdos falsos ou enganosos na Internet e nas redes sociais durante o período eleitoral”. Dentre estas entidades, foram assinados termos com associações representativas do setor de comunicação: Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão (Abert), a Associação Nacional de Jornais (ANJ) e a Associação Nacional de Editores de Revistas (ANER) (TSE, 2018-B);
- Atuando também no âmbito jurisdicional, o TSE julgou 50 ações que tratavam de *fake news*, tendo levado em média 2 dias para decidir pedidos liminares (TSE, 2020);

As plataformas digitais tomaram iniciativas para o combate à proliferação das desinformações no período eleitoral. Em 2018, o Facebook divulgou os compromissos neste sentido (META, 2018), em que se incumbiram de empregar “maior transparência de anúncios na plataforma; a remoção de contas inautênticas; e a retirada de santinhos digitais”, que trocavam a foto de candidatos por número de outro.

3.3 ELEIÇÕES, *FAKE NEWS* E AÇÕES DO TSE EM 2020

3.3.1 *Fake News acerca do Sistema Eleitoral em 2020*

De acordo com o Policy Paper “O ecossistema digital nas eleições municipais de 2020 no Brasil: o buzz da desconfiança no sistema eleitoral no Facebook, YouTube e Twitter”, produzido pela FGV-DAPP (RUEDIGER, GRASSI; 2020-b, p. 1), informou que quase 1,5 milhão de posts foram disseminados nas plataformas Twitter, em sua maioria, Facebook e YouTube, no período de 1 a 30 de novembro de 2020 colocando em desconfiança no sistema eleitoral brasileiro. As eleições dos Estados Unidos, o ataque hacker ao sistema do Tribunal Superior Eleitoral (TSE) e a pane na contagem de votos no primeiro turno dos pleitos municipais no Brasil potencializaram a discussão em torno da desconfiança no sistema eleitoral. Tais argumentos desaguaram na mobilização sobre suposta fraude nas urnas e a necessidade de voto impresso, em razão da desconfiança na segurança, transparência e integridade dos sistemas do TSE. No período investigado, quase 90 mil posts utilizaram as hashtags #votoimpressoem2022 e #votoimpressojá. Em contrapartida, não se detectou mobilização relevante em defesa do sistema eleitoral.

A referida pesquisa centrou-se em conteúdos como antissistema, conspiração, autoritarismo e desinformações, sob o tema principal “desconfiança no sistema eleitoral”, englobando subtemas como fraude nas urnas eletrônicas, a necessidade de voto impresso em detrimento das urnas eletrônicas, interferência ilegítima de terceiros na manipulação de resultados, manipulação da apuração e contagem de votos (p. 3). Apesar dos questionamentos sobre o sistema eleitoral estarem vinculados à eleição presidencial de 2018, foram desaguados nas eleições municipais de 2020, motivados pela retórica de Donald Trump (Partido Republicano) nas eleições americanas em mesmo ano, como também pelo vazamento de dados do TSE no dia 15/11, data do primeiro turno (p. 4).

A pesquisa quantificou os posts em cada plataforma sobre a desconfiança no sistema eleitoral, entre 1 a 30 de novembro. No Facebook foram identificados 96.001 posts sobre o tema, realizadas por 12.862 páginas, grupos públicos e perfis verificados pela plataforma.

Evolução de posts por dia

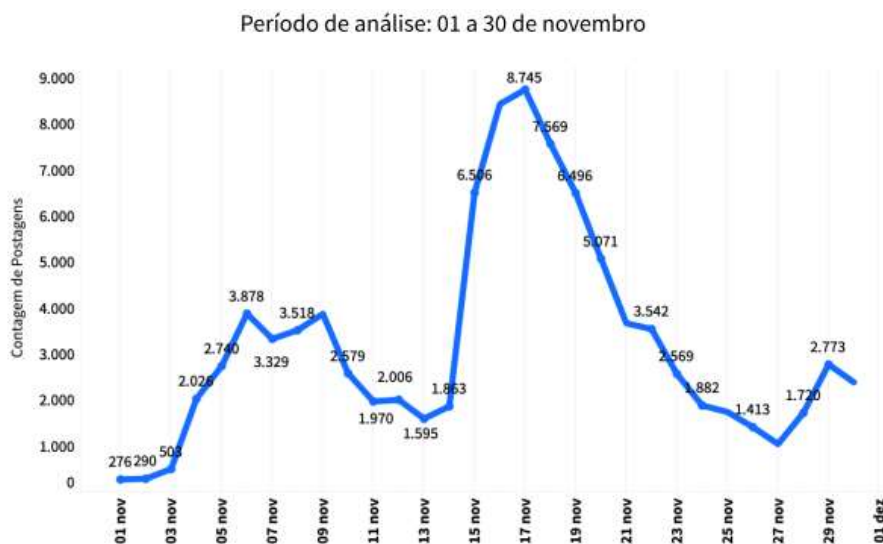


Figura 45 - Evolução de posts por dia – Fonte: Facebook | Elaboração: FGV DAPP (RUEDIGER, GRASSI; 2020-b, p. 8)

Evolução do engajamento por dia



Figura 46 - Evolução do engajamento por dia - Fonte: Facebook | Elaboração: FGV DAPP (RUEDIGER, GRASSI; 2020-b, p. 9)

As postagens concentraram-se em 3 momentos distintos (p. 8 a 11):

Primeiro: de 04 a 10 de novembro, motivado pela controvérsia causada por Trump sobre possível fraude eleitoral após a divulgação dos resultados da eleição presidencial dos Estados Unidos, concentrando 21.942 postagens, o que representa 22,8% do total de posts coletados e engajamento de 2,4 milhões de interações, o que representou 24,5% do total. Entre os principais links compartilhados no Youtube, estão uma lista organizada pelo blogueiro Allan dos Santos, do site Terça Livre, com 42 links de páginas estrangeiras com supostas evidências da fraude, compartilhada por 50 grupos e “unificou uma thread originalmente publicada no Twitter” (p. 8 e 9).

Segundo: de 15 a 20 de novembro, entre o primeiro e segundo turno das eleições municipais, centrado no ataque de hacker sofrido pelo TSE, ocorrendo 42.818 (44,6%) e interações 4.480.552 (45,4%), período com maior número de postagens. Os links mais compartilhados são 3 oriundos de mídias alinhadas ao governo (Terça Livre, Jornal da Cidade Online e Terra Brasil Notícias) e 2 da grande imprensa que noticiaram sobre o ataque e suas repercussões (G1 e BBC) e replicados em perfis simpatizantes ao governo como “Carla Zambelli”, “Aliança pelo Brasil” e “Bahia Conservadora” (p. 9 e 10).

Terceiro: de 28 a 30 de novembro, durante a votação em segundo turno, com discussões

dando continuidade aos temas anteriores, com 6.878 postagens (7,1%) e 747.158 interações (7,5%), período menos expressivo entre os analisados. Três fatos deram azo aos picos observados neste período: a declaração do presidente Jair Bolsonaro que haveria fraude nas eleições dos Estados Unidos, e por conseguinte, a defesa da implementação do voto impresso no Brasil (p. 10); a prisão de um hacker de 19 anos suspeito de invadir sistemas do TSE em ação da Polícia Federal e a polícia portuguesa; e, registros da passeata, ocorrida no dia 28 de novembro, na Avenida Paulista, em São Paulo, contra fraude eleitoral (p. 10 e 11).

Na plataforma YouTube, no mês de novembro de 2020, foram detectados 862 vídeos sobre fraude nas urnas e tema da desconfiança no sistema eleitoral, publicado por 510 canais e gerando 18.129.202 visualizações (p. 11).

Evolução de vídeos por dia

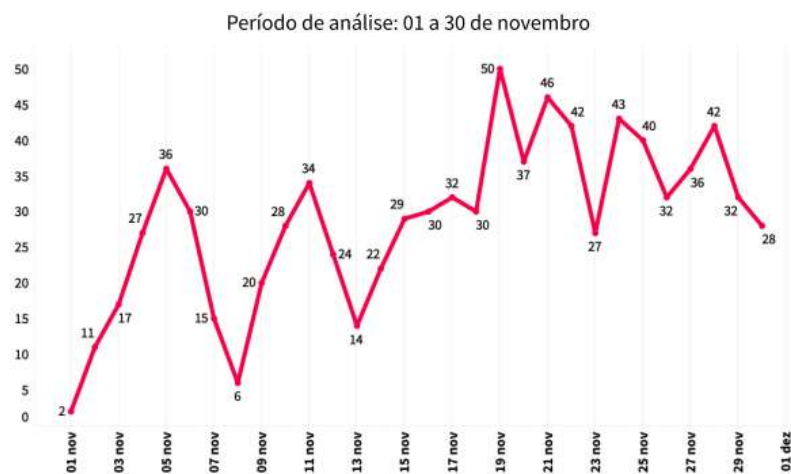


Figura 47 - Evolução de vídeos por dia - Fonte: YouTube | Elaboração: FGV DAPP (RUEDIGER; GRASSI, 2020-b, p. 12)

Evolução de visualizações por dia

Período de análise: 01 de novembro a 01 de dezembro

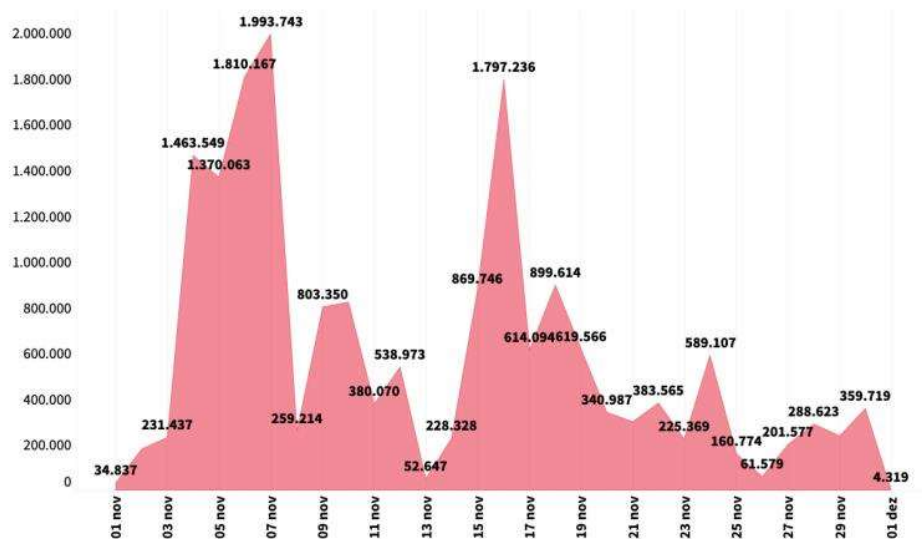


Figura 48 - Evolução de visualizações por dia - Fonte: YouTube | Elaboração: FGV DAPP (RUEDIGER; GRASSI, 2020-b; 2020, p. 13)

Os picos de publicação de vídeos ocorreram nos dias 19, 28 e 21 de novembro, nessa ordem. Dia 19/11 foram 57 vídeos publicados, motivados pelo fato do TSE ter comunicado “a criação de comissão que cruzaria as investigações do ciberataque no sistema eleitoral e das ações ofensivas contra os ministros do STF. Já no dia 28/11 a motivação foi a prisão do ataque hacker que invadiu o TSE, em Portugal. No dia 21/11, 51 vídeos foram disponibilizados se relacionaram às repercussões dos assuntos de véspera e também sobre uma nota do TSE desmentindo *fake news* que afirmavam ter havido na anulação de eleições em alguns municípios por motivo de fraude nas urnas (p. 12)

No tocante à demanda por vídeos, os maiores volumes ocorreram em razão das eleições dos EUA e as suspeitas de fraude, lançadas por Donald Trump, concentrados nos dias 4, 5, 6, 7 e 16, advindos de influência de movimentos de ultradireitistas norte-americanos em consonância com conservadores e ultraconservadores brasileiros (p. 13).

Principais vídeos no YouTube sobre fraude nas eleições

Período de análise: 01 de novembro a 01 de dezembro



Figura 49 - Principais vídeos no YouTube sobre fraude nas eleições - Fonte: YouTube | Elaboração: FGV DAPP - (RUEDIGER, GRASSI (B); 2020, p. 14)

Percebeu-se que os vídeos mais visualizados possuem o “enviesamento dos fatos pela ótica trumpista, a partir de um ecossistema de canais ultraconservadores” ligados ao tema de fraude eleitoral, sendo que há um nítido “entrelaçamento no uso de canais alternativos, hiper-partidários e da grande imprensa como fontes de informação relacionadas aos temas da desconfiança no sistema eleitoral” (p. 14).

As análises sobre as mensagens postadas no Twitter, no mês de novembro de 2020, foram detectados 1.330.600 tuítes, sendo cerca de 65% retuítes. Foram observados picos em 3 momentos associados às eleições presidenciais norte-americanas e ao primeiro e segundo turno das eleições municipais brasileiras, sendo que este último não obteve a mesma repercussão que nas demais plataformas (p. 15).

Evolução de menções no Twitter

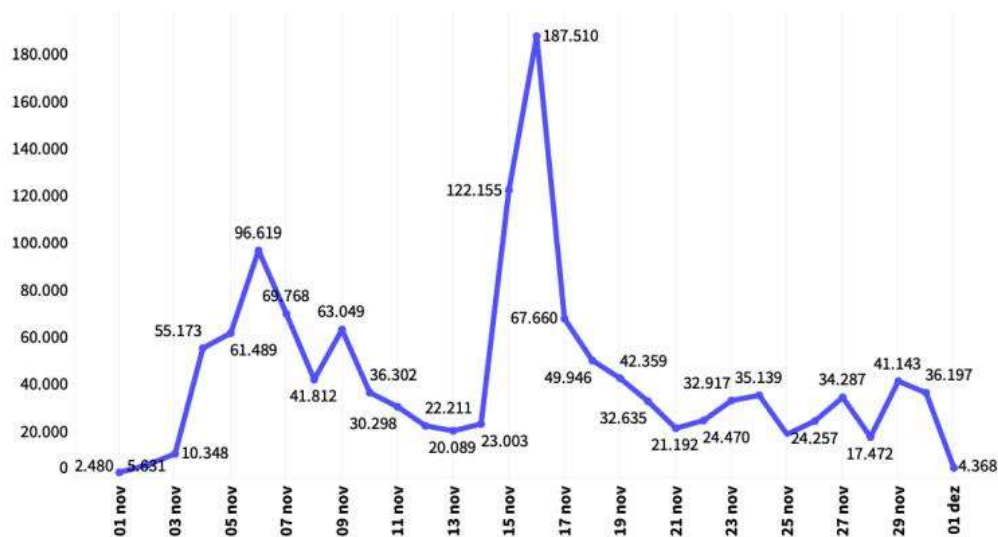


Figura 50 - Evolução de menções no Twitter - Fonte: Twitter | Elaboração: FGV DAPP

As postagens entre os dias 04 e 09 corresponderam a 30% do total, nos dias 15 e 16, 25% e nos dias 29 e 30, 6% respectivamente, sendo que os temas se relacionaram com as narrativas sobre “fraudes nas eleições americanas, ao ciberataque sofrido pelo TSE e à apuração e resultados do segundo turno das eleições”. Percebe-se que as críticas ao processo eleitoral, ao TSE e ao presidente Luís Roberto Barroso foram a conjunção de discursos acerca de fatos e manifestações sobre o primeiro turno das eleições, ao ciberataque ao TSE, a demora nas apurações, o funcionamento falho do e-Título e impossibilidade de contagem manual de votos, tendo a todo tempo sido permeado pelas menções às eleições americanas. Todos estes elementos potencializaram a narrativa de fraude e desconfiança no processo eleitoral brasileiro (p. 16).

Top 15 termos mais frequentes no debate sobre desconfiança eleitoral

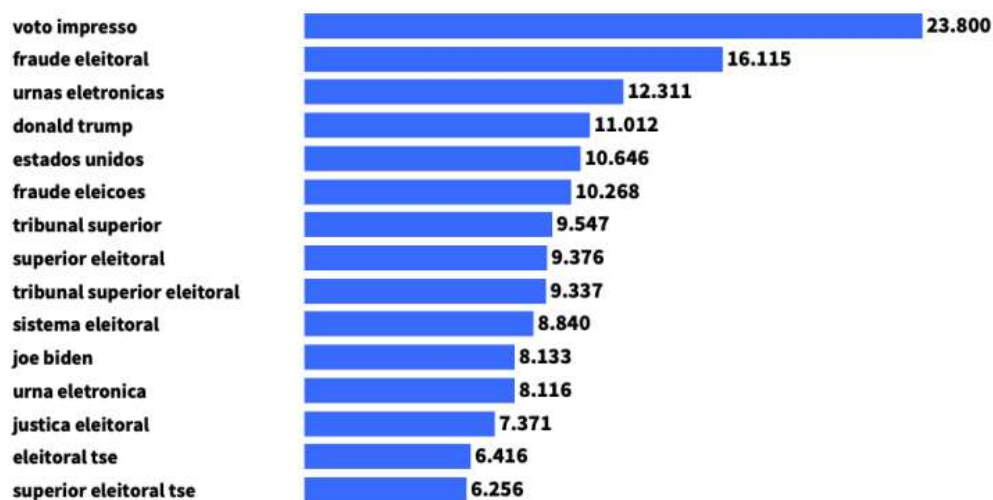


Figura 51 - Top 15 termos mais frequentes no debate sobre desconfiança eleitoral - Fonte: Facebook | Elaboração: FGV DAPP (RUEDIGER; GRASSI, 2020-b; 2020, p. 19)

O gráfico seguinte, o círculo representa um “conjunto de palavras (tópico) que foram agrupadas de acordo com o algoritmo LDA”. O seu tamanho denota a “prevalência do tópico em relação ao corpus geral do estudo” e a distância entre eles “indica o grau maior ou menor de associação dos tópicos” (p. 19).

Distribuição espacial de tópicos



Figura 52 - Distribuição espacial de tópicos Fonte: Facebook | Elaboração: FGV DAPP (RUEDIGER; GRASSI, 2020-b; 2020, p. 20)

Os 10 termos mais assíduos estão agrupados em três grandes conjuntos: 1) as denúncias de fraude eleitoral nas eleições dos Estados Unidos; 2) as críticas e ataques à atuação do TSE no primeiro turno das eleições; 3) a demanda para a implementação do voto impresso nas eleições de 2022 no Brasil.

As disposições espaciais dos tópicos criam correlações que entre si como se pode ver:

Termos mais relevantes dos tópicos relacionados com “voto impresso”



Figura 53 - Termos mais relevantes dos tópicos relacionados com “voto impresso” - Fonte: Facebook | Elaboração: FGV DAPP (RUEDIGER; GRASSI, 2020-b; 2020, p. 21)

Termos mais relevantes dos tópicos relacionados com “tribunal superior eleitoral”

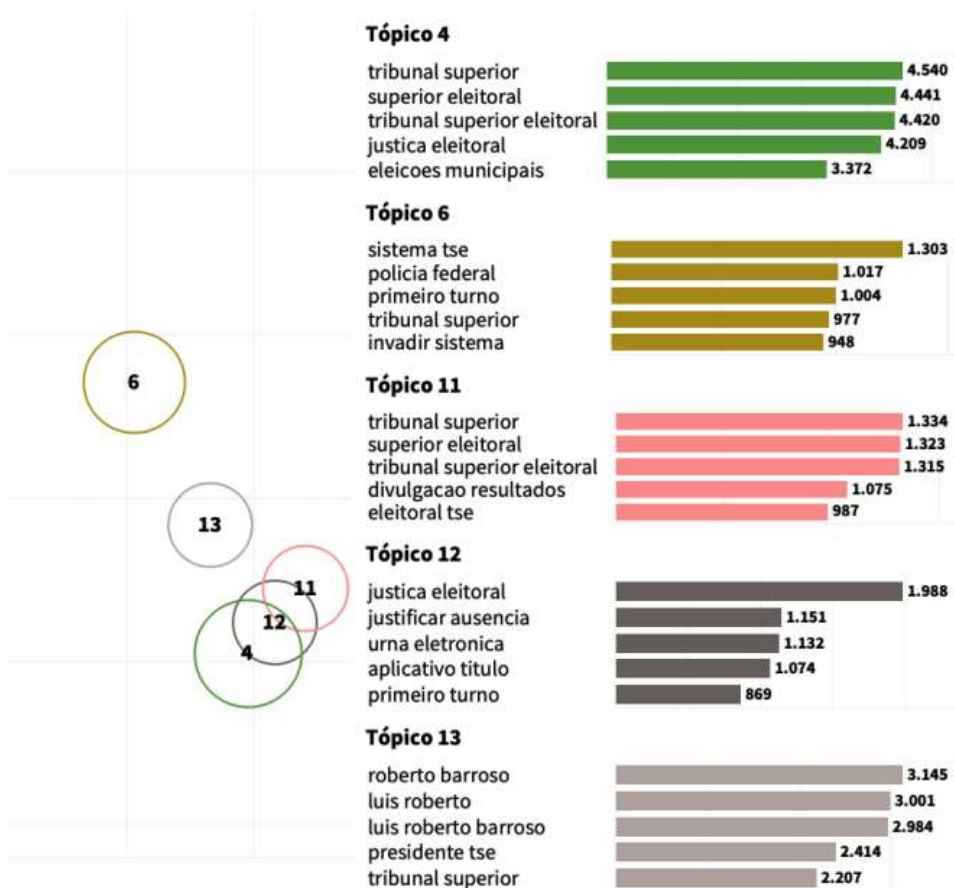


Figura 54 - Termos mais relevantes dos tópicos relacionados com “tribunal superior eleitoral” - Fonte: Facebook | Elaboração: FGV DAPP (RUEDIGER; GRASSI, 2020-b; 2020, p. 23)

A partir da distribuição espacial dos tópicos, Ruediger e Grassi (2020, 21 a 23) elencaram correlações entre si que denotam vínculos e distanciamento dos temas, como aqui sintetizados:

- O termo “voto impresso” se distribui em narrativas como a proposição de implementá-lo no sistema eleitoral brasileiro; se correlaciona com o tópico 10 que aborda “fraude eleições”, “eleições EUA” e “fraude eleições EUA”; e liga à discussão sobre a invasão do hacker no sistema do TSE e contagem de votos do primeiro turno, tópicos 6 e 11;
- a mudança de centralidade dos temas em discussão em relação às eleições de 2018, quando eram voltadas para a narrativa de conluio e o aparelhamento dessas

instituições por partidos de esquerda, em especial, o PT, e, nestas últimas eleições de 2020, focalizaram na instituição da Justiça Eleitoral e seus atores;

- O problema com a contagem de votos e a tentativa de ataque hacker também foram mencionados nos tópicos relacionados ao termo “tribunal superior eleitoral”;
- o tópico 12, que aborda a justificativa de voto no aplicativo e-Título e o tópico 13, que menciona o presidente do TSE, Luís Roberto Barroso, “esteve entre os termos com maior relevância”.

As mensagens que defendem a tese de fraude eleitoral, que foram propagadas em 2020, foram forjadas ao longo dos anos, tendo os 3 links mais compartilhados sido criados em período precedente, mesmo tendo o debate nas eleições características fragmentadas (RUEDIGER, GRASSI; 2020, p. 22):

Links mais compartilhados em 2020 ao longo do tempo:

Título	Domínio	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
TSE entregou códigos de segurança das urnas eletrônicas para a Venezuela e negou acesso para auditores brasileiros (veja o vídeo)	www.jornaldacidadeonline.com.br					782	22	291
PF desmantela quadrilha que cobrava até R\$ 5 milhões para fraudar urnas eletrônicas	folhacentrosul.com.br			5	3	40	252	191
Hacker de 19 anos mostrou como fez para fraudar eleições no Rio de Janeiro	folhacentrosul.com.br	80	123	96	3			129
Bolsonaro denuncia fraude no Brasil e Incêndio “misterioso” destrói urnas eletrônicas na Venezuela	www.jornaldacidadeonline.com.br							289
Fraude eleitoral: Documentos mostram que Bolsonaro foi eleito no primeiro turno em 2018 -	oantiagonista.com							228
Dossiê Urnas Eletrônicas COMPARTILHE	youtu.be					117	1	93
Bolsonaro abre o jogo e diz que tem provas de que foi eleito no 1º turno e que houve FRAUDE em 2018 (veja o vídeo)	www.jornaldacidadeonline.com.br							147
O risco latente: Todo poder emana de quem controla as urnas eletrônicas	www.jornaldacidadeonline.com.br							122
FRAUDE ELEITORAL: O mundo precisa saber o que aconteceu no Brasil nas últimas décadas (veja o vídeo)	www.jornaldacidadeonline.com.br							112
Após Bolsonaro denunciar fraudes, TSE quer reação institucional forte contra o presidente (veja o vídeo)	www.jornaldacidadeonline.com.br							74

Figura 55 - Links mais compartilhados em 2020 ao longo do tempo Fonte: Facebook | Elaboração: FGV DAPP (RUEDIGER, GRASSI; 2020, p. 23)

Os links antigos tiveram apoio de 6 matérias inéditas publicadas em 2020, mas não produziram maior engajamento sobre a temática (p. 23). Tal fato poderia ser em razão de se tratar de eleições municipais, mais fragmentadas que poderia reduzir o engajamento, se comparado com as eleições gerais. Outro fator possível, diz respeito às interferências algorítmicas introduzidas pelas plataformas para diminuir o alcance das páginas ou a perda de interesse sobre o tema em razão de aumento de confiança nas instituições ou sobreposição de discussões mais urgentes (p. 25).

Posts x engajamento no Facebook

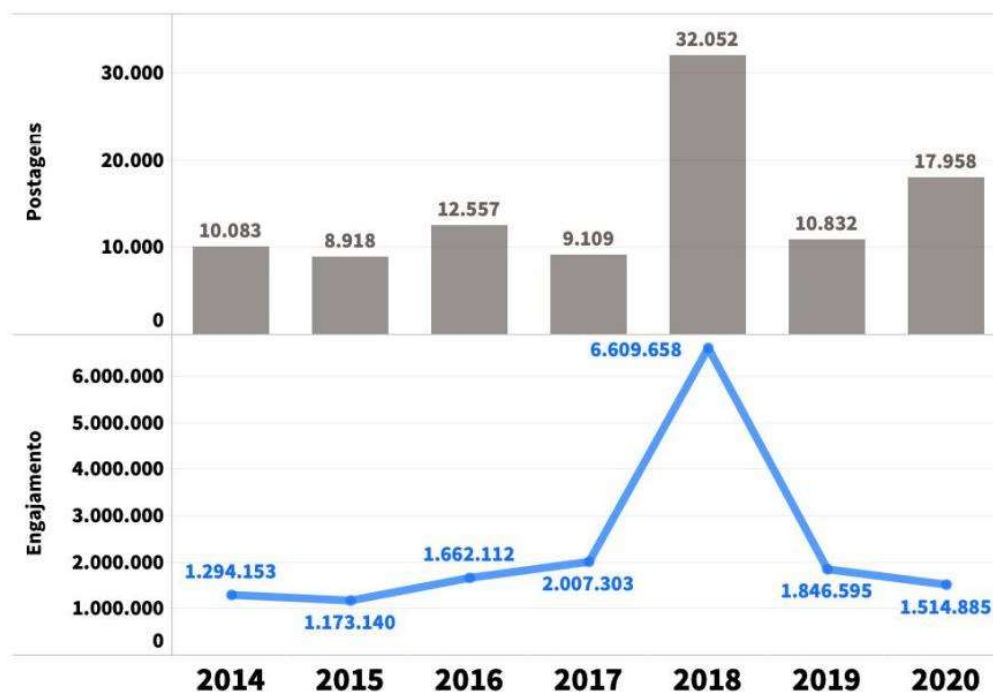


Figura 56 - Posts x engajamento no Facebook - Fonte: Facebook|Elaboração: FGV DAPP (RUEDIGER, GRASSI; 2020, p. 24)

Em síntese, Ruediger e Grassi (2020, 24) concluíram que nas eleições municipais ocorreram rediscussões de temas debatidos nas eleições de 2018, mas, que eventos adjacentes novos, como as supostas fraudes nas eleições americanas, a invasão do TSE por hackers e hipotéticas falhas no processo de contagem, alimentaram uma narrativa que colocaram o Tribunal no centro das discussões e consolidou a demanda pelo voto impresso, como solução para as mazelas do processo eleitoral. Destaca-se que esta narrativa foi construída “sem que houvesse nenhum episódio ou evidência de fraude nas eleições municipais brasileiras”.

O paper da FGV DAPP analisou também as interrelações entre os 862 vídeos publicados pelo YouTube e as recomendações que trataram da desconfiança no sistema eleitoral brasileiro. Foi considerado as conexões entre os vídeos dentro de redes específicas. No gráfico abaixo, os vídeos de maior coesão e de cluster com mais influência, estão representados em cluster verde (30,3% dos perfis e 54,6% das interações). Em segundo lugar estão em rosa (25,4% dos perfis e 26,6% das interações), com metade do tamanho e mais distanciada do verde. Por último, o cluster azul (15,7% dos perfis e 18% das interações), “imbricado ao cluster verde” (RUEDIGER; GRASSI, 2020-b; 2020, p. 24). Vide o grafo:

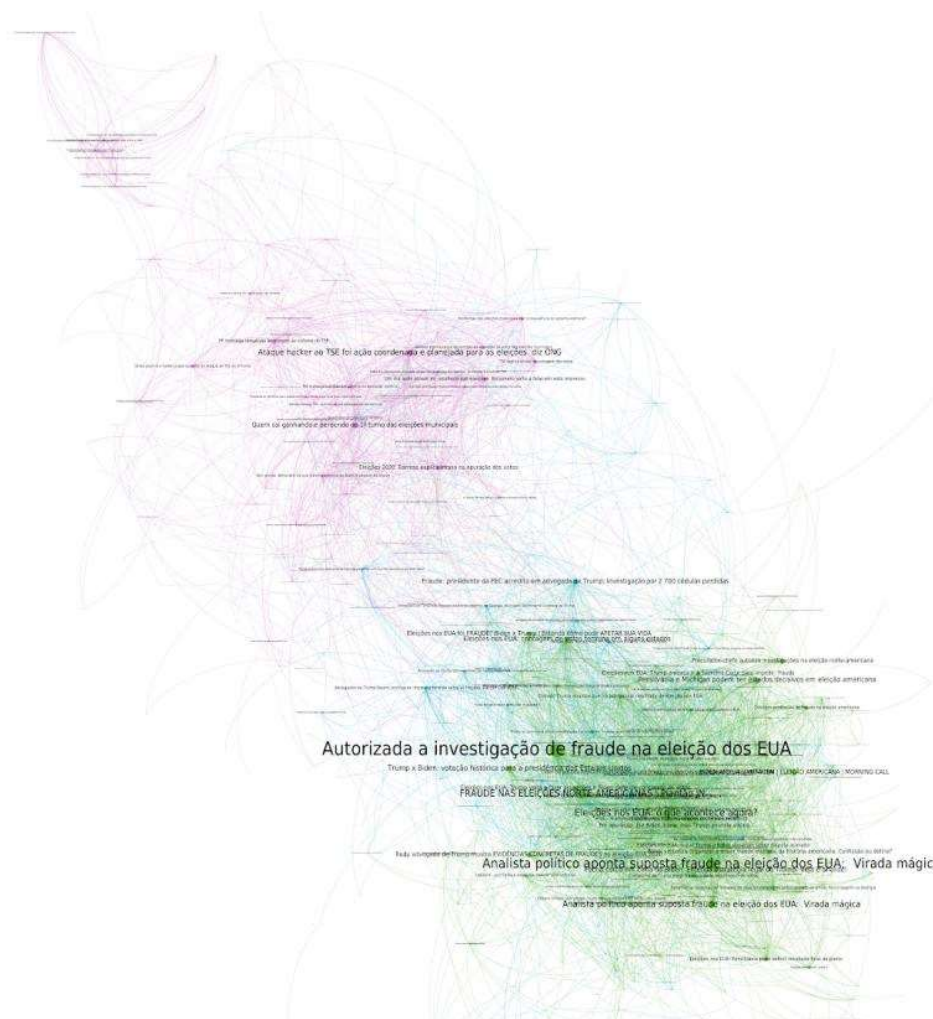


Figura 57 - coesão dos vídeos e influências de clusters - Fonte: YouTube | Elaboração: FGV DAPP (RUEDIGER; GRASSI, 2020-b; 2020, p. 25)

Os principais 15 vídeos no sistema de recomendação são, em geral, relatos opinativos sobre a apuração das eleições norte-americanas, sendo que apenas dois tratam de fatos vinculados às eleições municipais de 2020. Os vídeos são oriundos de canais da mídia

tradicional a youtubers que apoiam a reeleição de Trump e a tese de fraude nas eleições americanas, onde o mais relevante é um bate-papo de jornalistas, oriundo do programa Os Pingos nos Is, da Rádio Jovem Pan (RUEDIGER; GRASSI, 2020-b; 2020).



Figura 58 - Exemplo de trilha de vídeos populares presente no cluster verde - Fonte: YouTube | Elaboração: FGV DAPP (RUEDIGER; GRASSI, 2020-b; 2020, p. 27)

O cluster azul se encontra misturado com o verde, dado que a temática se confunde entre si, pois o primeiro também trata, com mais agudez e ancorado, em sua maior parte, em vídeos estrangeiros, das possíveis fraudes das eleições americanas. Já o cluster rosa é constituído de vídeos sobre ao atraso na apuração do primeiro turno e à invasão de hackers ao TSE (RUEDIGER; GRASSI, 2020-b; 2020).

O grafo do sistema de recomendações do YouTube acrescenta dois importantes elementos acerca da narrativa de desconfiância do sistema eleitoral brasileiro realizada pelo Facebook: primeiro, se consolida a percepção da influência das discussões das eleições americanas no Brasil; segundo, os maiores geradores do debate no YouTube estão ligados aos

veículos jornalísticos, enquanto no Facebook, os influenciadores são “atores ligados à política institucional” (RUEDIGER; GRASSI, 2020-b; 2020, p. 28).

Na análise de posts durante o mês de novembro de 2020, no Twitter, sobre o tema de desconfiança eleitoral, foram analisadas as hashtags, para observar a “mobilização e coordenação de indivíduos e grupos e compreender os fluxos temáticos que influenciam a opinião pública”. Elaborou-se um grafo com as conexões entre os perfis com agregações em razão dos retuítes e redes de influência (RUEDIGER; GRASSI, 2020-b; 2020, p. 29):

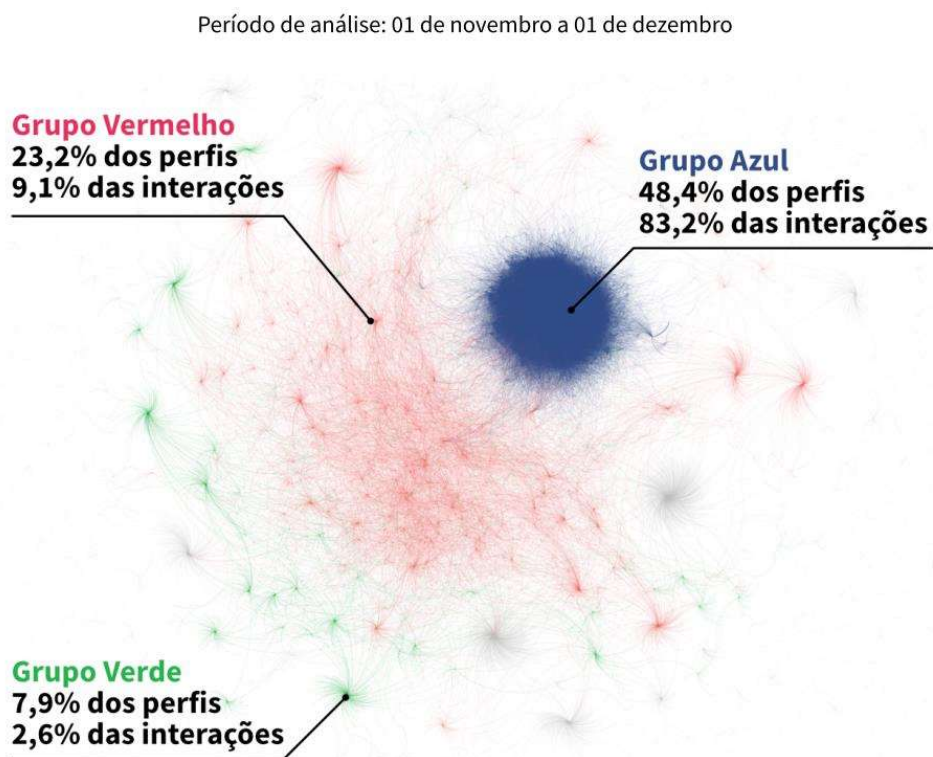


Figura 59 - Mapa de interações sobre fraude nas eleições - Fonte: Twitter | Elaboração: FGV DAPP (RUEDIGER; GRASSI, 2020-b; 2020, p. 29)

O grupo azul é formado essencialmente por perfis governistas, de alta atividade e engajamento, formados por políticos, blogueiros e influenciadores pró-governo, endereçaram principalmente o ciberataque ao TSE no dia das eleições, a inviolabilidade de processo, a confiabilidade dos resultados e, “apesar de tratarem do resultado das eleições americanas como fraude, defendem o voto impresso no país”. Há neste grupo uma forte coesão, com a justaposição entre retuidadores e retuitados. Já o grupo alheio à base governista, verde e vermelho) totalizam 31% e concentram 11% das interações, formado majoritariamente de perfis da imprensa tradicional e influenciadores críticos do governo, que defendem que o voto

impresso e o questionamento da lisura do processo eleitoral são nocivos à democracia e a similaridade e incoerência dos discursos e comportamento de Trump e Bolsonaro. Não foi observado nestes grupos a presença expressiva de lideranças políticas (RUEDIGER; GRASSI, 2020-b; 2020, p. 30).

Evolução de menções das principais hashtags associadas à fraude nas eleições

Período de análise: 01 de novembro a 01 de dezembro

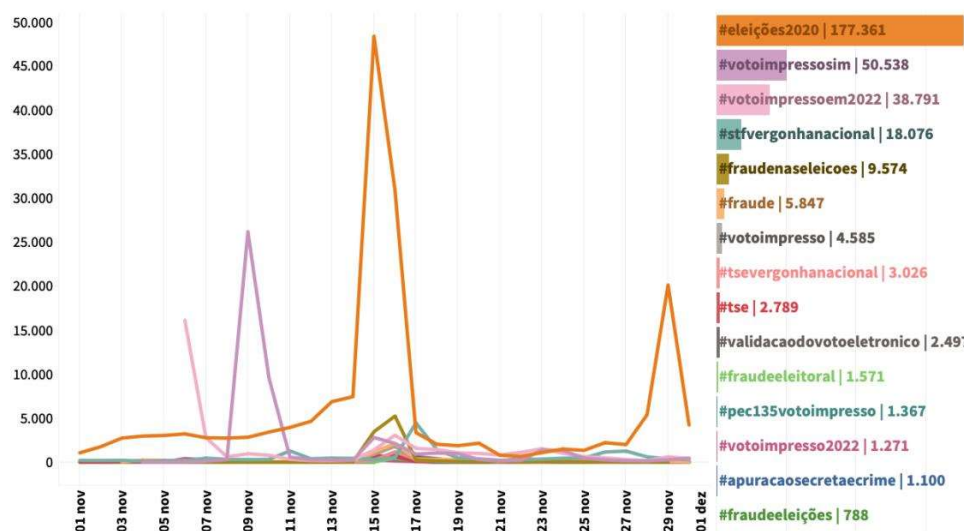


Figura 60 - Evolução de menções das principais hashtags associadas à fraude nas eleições - Fonte: Twitter | Elaboração: FGV DAPP (RUEDIGER; GRASSI, 2020-b; 2020, p. 31).

Foi observado “a predominância em número e engajamento das hashtags que motivam desconfiança ao sistema eleitoral, sendo elas 90% em número totalizando 60% das menções”, demonstrando o teor, a forma e eficiência da mobilização atrelados “à capacidade de determinados atores/grupos na organização e amplificação do engajamento”. Por outro lado, as hashtags que defenderam o sistema eleitoral não foram capazes de promover a mobilização por meio de engajamento. Ruediger e Grassi salientam que “o engajamento por hashtags atribui visibilidade que pode ser iniciada por meio das plataformas digitais, mas produzem tópicos de tendências que atingem o debate público e, no limite, organizam a ação coletiva” (2020, p. 31).

Os autores alertam que “de maneira geral, torna-se urgente se atentar à larga quantidade de posts — quase 1,5 milhão — no intervalo de 30 dias que são usados para reforçar um clima de opinião on-line inclinado a conspirações eleitorais” e que, lastreados em estudo anterior (out./2020), lembram que “a vida de links que tratam da desconfiança no sistema eleitoral é duradoura nos ambientes digitais”. Ressaltam, entretanto, que não se observou o fluxo de mensagens realizado no WhatsApp, que dada a importância dele no cenário brasileiro, “pode

ser considerado uma limitação” e tampouco foi possível “caracterizar as redes de atores afeitas a conspirações eleitorais e distinguir as redes de contas falsas e automatizadas que participam desse processo” (RUEDIGER; GRASSI, 2020-b; 2020, p. 34).

Uma pesquisa XP/IPESPE (2021) realizada no início do ano de 2021, período pós-eleições de 2020, portanto, aponta o nível de confiança dos brasileiros na urna eletrônica, demonstrando um crédito na maioria da população, sendo o núcleo bolsonarista mais resistente e refratário à sua confiabilidade ³⁷:

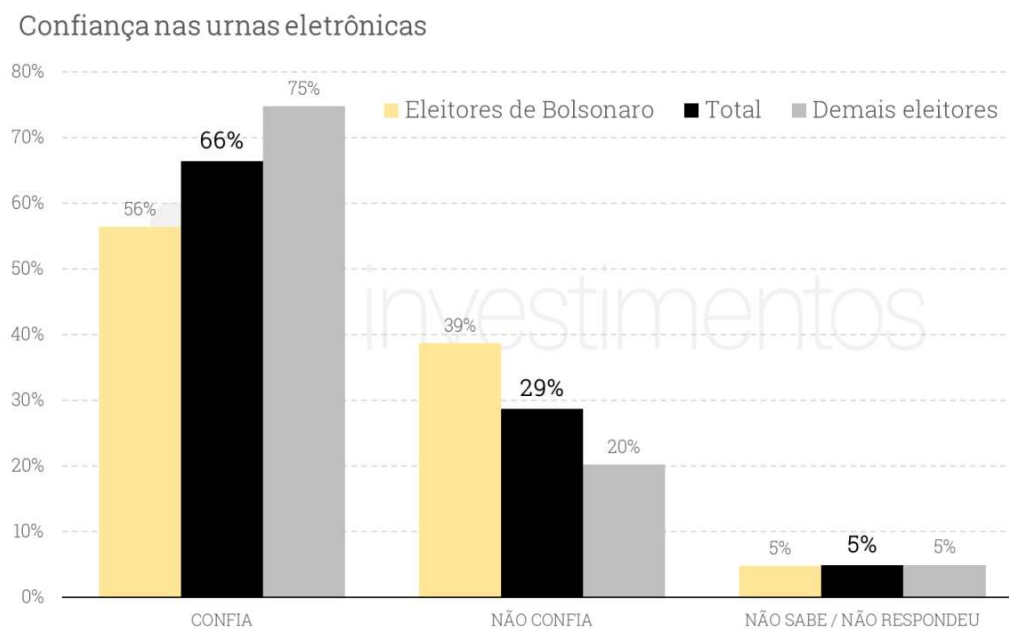


Figura 61 - Confiança nas urnas eletrônicas - Fonte: XP/Ipespe (2021, p. 27).

3.3.2 O Programa de Enfrentamento à Desinformação do TSE - Estratégias Não Regulatórias e Multissetoriais

O Programa de Enfrentamento à Desinformação foi implementado pelo TSE (Tribunal Superior Eleitoral), a partir de agosto de 2019, com foco nas eleições de municipais de 2020, com o intuito de minimizar os “efeitos negativos provocados pela desinformação à imagem e à credibilidade da Justiça Eleitoral” (TSE, 2021, p. 6). O programa teve uma perspectiva de ações de curto, médio e longo prazos, envolvendo vários atores e agentes multissetoriais e de características não regulatórias, mas em suporte à legislação e normativas existentes.

³⁷ Q. O(a) sr(a) confia ou não confia nos resultados das eleições no Brasil com as urnas eletrônicas? *Eleitores que declararam ter votado em Bolsonaro no segundo turno de 2018.

3.3.2.1 *Pilares*

O Programa de Enfrentamento à Desinformação foi concebido de forma a atender os “os principais marcos normativos, referências teóricas e obrigações internacionais em matéria de proteção à liberdade de expressão”, sob 3 pilares: **pluralidade informativa, ação educacional e combate aos comportamentos inautênticos**. O Programa objetiva especialmente combater as desinformações voltadas contra “a integridade e a credibilidade do Processo Eleitoral”, que afetam diretamente (TSE, 2021, p. 11):

- (i) o Processo Eleitoral em suas diferentes fases, desde o registro de candidaturas até a diplomação dos eleitos;
- (ii) o funcionamento da urna eletrônica e demais aspectos do processo eletrônico de votação;
- (iii) a Justiça Eleitoral, seus membros, servidores e demais colaboradores;
- (iv) a segurança sanitária do Processo Eleitoral no contexto da pandemia da Covid-19; e
- (v) outros atos relativos à organização e à realização das eleições (Desinformação contra o Processo Eleitoral).

3.3.2.2 *Parcerias*

O TSE buscou estabelecer diversas parcerias com instituições de “checagem, plataformas de mídia social, empresas de telefonia, instituições de pesquisa e organizações da sociedade civil, órgãos públicos e associações de mídia”. Foram ao todo 66 entidades que se dispuseram, em suas áreas de atuação, a executar ações e medidas concretas para minimizar os impactos da desinformação no Processo Eleitoral”, em ANEXO 01 (TSE, 2021, p. 11).

3.3.3 *Pilar: Pluralidade Informativa*

O objetivo deste pilar é “combater desinformação com informação, por meio da criação e da disseminação de informação verdadeira, de qualidade e oficial aos cidadãos, para que possam exercer o voto de modo esclarecido e consciente” (TSE, 2021, p. 11). Foi investido em várias iniciativas com a preocupação de garantir a “pluralidade informativa”, por meio da ampliação e incentivo da “disseminação de informação verdadeira sobre o Processo Eleitoral por diversos canais”, bem como de “promover instâncias independentes para verificação de informações e criar redes de confiança para a distribuição de conteúdos de qualidade” (TSE, 2021, p. 15).

3.3.3.1 Coalizão para Checagem

Dentre as parcerias estabelecidas pelo TSE, montou-se uma rede de fact-checkers, denominada “Coalizão para Checagem – Eleições 2020”. Esta rede foi composta de “jornalistas de 9 das principais instituições de checagem do Brasil: AFP Checamos, Agência Lupa, Aos Fatos, Boatos.org, E-farsas, Estadão Verifica, Fato ou Fake, Projeto Comprova e Uol Confere”. No total a iniciativa envolveu diretamente quase 100 pessoas, entre jornalistas, e servidores e colaboradores do TSE e dos 27 TREs. Esta rede de cooperação levantou e trouxe informações oficiais acerca do processo eleitoral às agências de checagem para que estas tivessem elementos palpáveis para confrontarem as desinformações (TSE, 2021, p. 15).



Figura 62 - Coalizão para Checagem – Eleições 2020 - Fonte: TSE, 2021, p. 15

Segundo o TSE (2021, p. 20), durante o período eleitoral “foram publicadas 274 matérias pelas instituições de checagem e pelo TSE, relativas a 73 grupos de conteúdos verificados e esclarecidos”.

3.3.3.1.1 Fato ou Boato

O projeto Fato ou Boato consiste em uma página no site da Justiça Eleitoral que congrega todas as verificações realizadas pela Coalizão para a Checagem, de forma que, em um só lugar, se possa confrontar e esclarecer acerca das informações falsas sobre a Justiça e, em especial, o processo Eleitoral. Na página contém: breve esclarecimentos sobre a checagem realizada; links das matérias produzidas pelo fact-checker; as verificações sobre as 10 *fake news* mais divulgadas; vídeos da série “Minuto da Checagem” que instruem sobre como verificar conteúdos e “se tornar um agente de combate à desinformação”; e, 10 dicas de como reconhecer

desinformações, denominadas como “Como Identificar Notícias Falsas” (TSE, 2021, p. 15).

De acordo com o TSE (2021, p. 19), no período de 27/10/2020 a 31/12/2020, a página “contou com 13.042.934 visualizações, das quais 3.718.264 foram apenas no dia do primeiro turno. Já no segundo turno, a página teve 604.126 acessos” e os eleitores puderam também receber mensagens pelo “chatbot do TSE no WhatsApp, os esclarecimentos sobre as notícias falsas checadas pela Coalizão”. Para promover o YouTube publicou na página inicial um banner da página Fato ou Boato que “alcançou mais de 400 milhões de impressões” (p. 20).

3.3.3.1.2 Zero rating – Acesso às checagens sem cobrança de pacote de dados

Tendo em vista a criação da página Fato ou Boato e visando disponibilizar à toda a população, inclusive àquela que possui dificuldades com o plano de dados, o TSE firmou parceria com a Conexis Brasil (representante oficial do setor de telecomunicações no Brasil) e empresas de telefonia móvel brasileira para não cobrar pelo acesso por meio de celular ao site www.justicaeleitoral.jus.br (zero rating) (TSE, 2021, p. 16).

Vale a pena ressaltar que muitos consideram a política de “zero rating” como uma violação do princípio da neutralidade de rede (PINHEIRO, 2017), previsto no Marco Civil da Internet.

3.3.3.1.3 Narrativas falsas

Ao longo do período eleitoral, foram detectadas várias desinformações, muitas recicladas de anos anteriores, que puderam ser agrupadas em 3 narrativas principais (TSE, 2021, p. 17 e 18):

- Narrativas falsas acerca de supostas fraudes ou fragilidades nas urnas e no sistema de votação:
 1. É falso que urna eletrônica não pode ser auditada, nem permite recontagem de votos;
 2. É falso que percentual estável de candidatos à prefeitura teria comprovado fraude nas eleições de 2020;
 3. É falso que a Lei de Benford descobriu fraudes nas urnas eletrônicas;
 4. É falso que vídeo tenha comprovado divergência entre Boletim de Urna e resultado divulgado pelo TSE.
- Narrativas falsas acerca de regras eleitorais e alterações procedimentais e protocolos sanitários adotados em razão da pandemia da Covid-19:
 5. É falso que o TSE anunciou voto online para as Eleições 2020;
 6. É falso que o TSE determinou que quem estiver com Covid-19 não poderá votar;
 7. É falso que haverá suspensão do pagamento do auxílio-emergencial a mesários.

- Narrativas falsas acerca de atraso na totalização e incidentes cibernéticos durante o primeiro turno da votação:
 8. É falso que tentativa de ataque hacker ao sistema do TSE violou segurança das urnas;
 9. É falso que supercomputador do TSE é serviço de nuvem estrangeiro que abre brecha para fraude;
 10. É falso que o primeiro turno das eleições foi anulado em várias cidades por falha no sistema de apuração de votos



Figura 63 - Campanhas contra notícias falsas - Fonte: TSE, 2021, p. 18

3.3.3.2 Chatbot – Tira-Dúvidas Eleitoral no WhatsApp

O TSE firmou parceria com o WhatsApp (primeira deste tipo no mundo) e a Infobip para a criação de um chatbots para dar acesso aos eleitores a informações confiáveis sobre as eleições municipais e às checagens sobre *fake news*. No chatbot era possível obter informações sobre: “dia, horário e local de votação, cuidados sanitários para votar, notícias checadas, segurança da urna eletrônica, perfis dos candidatos, dicas para mesários, procedimento para justificar ausência”, etc. (TSE, 2021, p. 20):

3.3.3.2.1 Funcionalidades

Por intermédio do chatbot o eleitor pode:

- fazer esclarecimentos de notícias falsas sobre o processo eleitoral, via o Fato ou Boato diretamente pelo WhatsApp;
- receber notificações e mensagens ativas de conscientização e esclarecimento de notícias falsas sobre o processo eletrônico de votação, medidas sanitárias,

horários e locais de votação, avisos e utilidade pública envolvendo fatos e alertas a potenciais dificuldades do eleitorado, etc.;

- tirar dúvidas e acesso às campanhas da Justiça Eleitoral.

Entre o início do serviço, em fim de setembro, a dezembro de 2020, o chatbots atendeu 1.050.260 pessoas (números de telefone diferentes) e foram trocadas 18.758.126 mensagens). “Durante o período eleitoral, 138 mil pessoas se cadastraram para receber mensagens ativas da Justiça Eleitoral por meio do WhatsApp” (TSE, 2021, p. 24 e 25)”.

3.3.3.3 *Divulgação massiva de informações verídicas*

Em razão das características do consumo de informações dos brasileiros, que se utilizam das redes sociais como fonte de notícias, o TSE implementou uma política de “criar uma grande rede de difusão de conteúdos confiáveis relacionados ao Processo Eleitoral”. O intuito foi de “reduzir o impacto de “operações de influência” (*influence operations*) e evitar a formação de vácuos de informação (*information voids*)” que criam espaços oportunos para o florescimento de *fake news* (TSE, 2021, p. 25).

3.3.3.3.1 Parcerias com provedores e plataformas

Para a efetivação da divulgação massiva das informações eleitorais confiáveis o TSE celebrou diversas parcerias com provedores de aplicação de Internet para que “viabilizassem o uso de suas plataformas e de seus diferentes recursos (features) para disseminar tais conteúdos”. Foram incluídas as principais plataformas digitais (Facebook/ Instagram, WhatsApp, Google/YouTube, Twitter e TikTok) que firmaram compromissos específicos (MoU – memorando de entendimentos), com ações concretas a serem implementadas, para combater as desinformações, fato que se mostrou uma evolução em relação às parcerias anteriores, que tinham um escopo genérico de atuação (TSE, 2021, p. 26). O objetivo geral destes acordos foi “garantir que eleitores tivessem acesso a notícias e informações verídicas sobre o Processo Eleitoral, de modo que pudessem exercer o seu direito de voto de forma consciente e informada”. Nas parcerias continham os pilares do Programa: “disseminação de informação verdadeira, capacitação e mobilização de recursos das plataformas para combate de comportamentos inautênticos e de conteúdos falsos e fraudulentos” (TSE, 2021, p. 26).

Parceria TSE-Facebook

Com o Facebook foi possível implementar a ferramenta “Megafone” para poder

divulgar mensagens relevantes às Eleições 2020 (acesso ao portal das eleições, checagens de notícias falsas, dicas sanitárias de prevenção do Covid e esclarecimento de dúvidas sobre a votação) na página inicial da abertura das linhas do tempo (timelines) de seus usuários (TSE, 2021, p. 27):



Figura 64 - Parceria TSE-Facebook - Fonte: TSE, 2021, p. 27

Parceria TSE-Instagram

A parceria com o Instagram teve como contrapartida a produção de adesivos (stickers) os motes “Meu Voto tem Poder”, seguindo o slogan das Eleições 2020 (“Seu Voto tem Poder”), e “Vote com Segurança”, para valorizar a importância do voto, que continham links para o portal das eleições do TSE (2021, p. 28):



Figura 65 - Parceria TSE-Instagram - Fonte: TSE, 2021, p. 28

Parceria TSE-Google

Da parceria com o Google foi possível a “criação de um painel na página de resultados com informações oficiais fornecidas pelo TSE e respostas às dúvidas frequentes de eleitores” e implementados os recursos “Como Votar” e “Dúvidas sobre o Título de Eleitor” diretamente na busca do Google, iniciativa inédita a nível mundial, em se tratando de combate às *fake news* eleitorais. O Google notícias apresentou um carrossel de posts do TSE, com os resultados das últimas checagens com os fact-checkers. Estimou-se que estas ferramentas foram “visualizadas cerca de nove milhões de vezes durante o período eleitoral”. O Google disponibilizou à Justiça Eleitoral um “hub de tendências (Google Trends) com os termos mais buscados sobre o Processo Eleitoral de 2020” para orientar as campanhas do TSE (2021, p. 28).

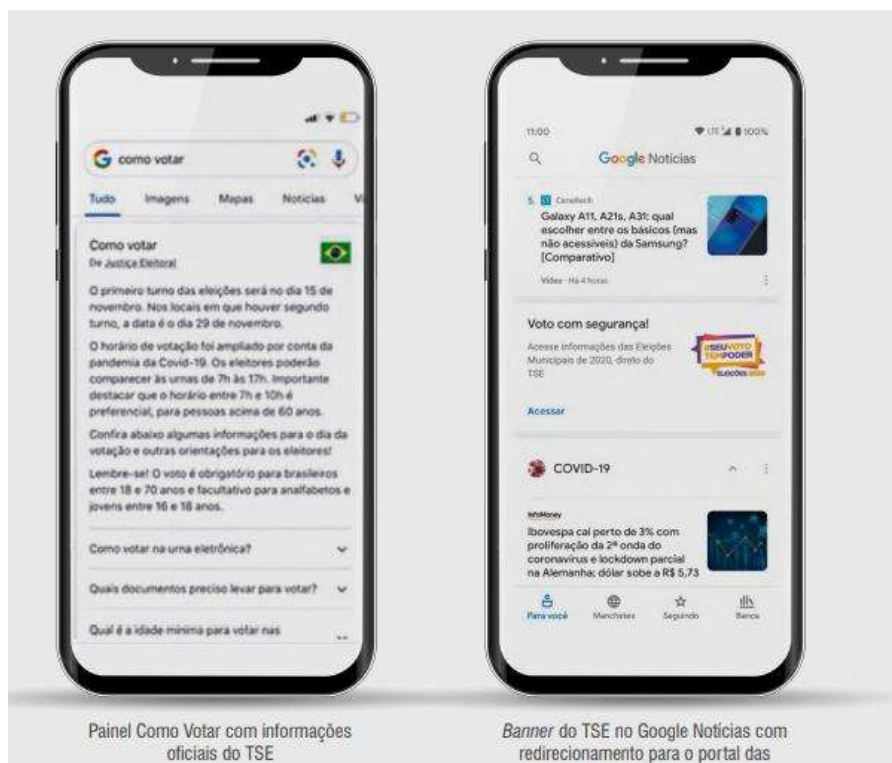


Figura 66 - Parceria TSE-Google - Fonte: TSE, 2021, p. 29

Parceria TSE-TikTok

A parceria com o TikTok foi direcionada para a criação de página com a centralização das informações “educativas e confiáveis sobre o Processo Eleitoral de 2020”, durante o período eleitoral, disponibilizada na forma de banner na página “Descobrir”, com informações de datas, horários, cuidados sanitários com a Covid-19, e “acesso às principais perguntas e aos vídeos do perfil oficial do TSE na plataforma (@tsejus)” (TSE, 2021, p. 30):

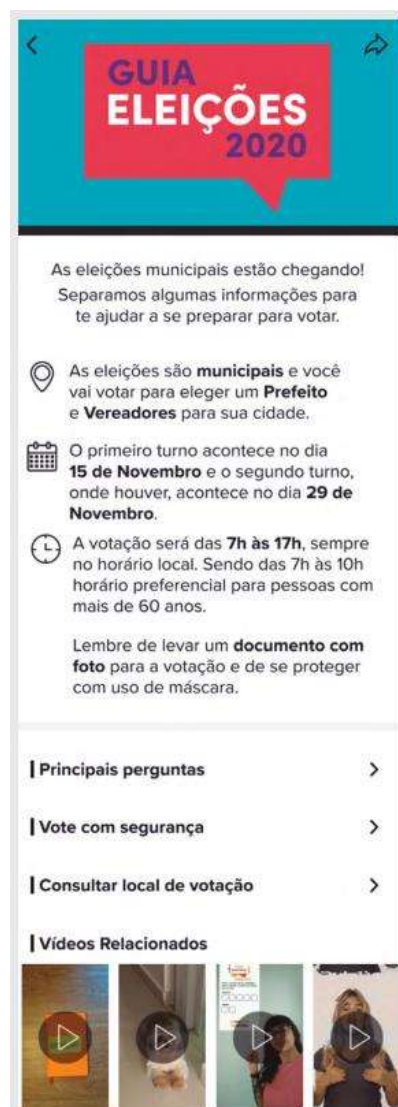


Figura 67 - Parceria TSE-TikTok - Fonte: TSE, 2021, p. 30

Parceria TSE-Twitter

O Twitter promoveu diversas ações no âmbito da parceria firmada (TSE, 2021, p. 31):

- “disponibilizou, em buscas relacionadas às Eleições 2020, um prompt denominado Conheça os Fatos, com link para o portal oficial das eleições”;
- “concedeu apoio à transmissão de eventos ao vivo feitos pelo TSE nos momentos-chave do período eleitoral, em especial as coletivas de imprensa concedidas pelo presidente do TSE nos dias de votação”;
- “amplificou, por meio da conta institucional do Twitter Brasil (@twitterbrasil), conteúdos de serviço ao eleitor produzidos pela conta do TSE (@tsejus)”;

- “vinculou emojis especiais a hashtags temáticas do período eleitoral (#Eleições2020 e #SeuVotoTemPoder)’;
- “conteúdos da conta do TSE no Twitter foram reproduzidos em totens do mobiliário urbano nas cidades do Rio de Janeiro e de São Paulo”.



Figura 68 - Parceria TSE-Twitter - Fonte: TSE, 2021, p. 31

Parceria TSE-YouTube

O YouTube disponibilizou um banner do site Fato ou Boato e as checagens produzidas no âmbito da Coalizão para Checagem – Eleições 2020 em sua página inicial (TSE, 2021, p. 31):



Figura 69 - Parceria TSE-YouTube - Fonte: TSE, 2021, p. 31

3.3.3.3.2 Central de Notificações da Justiça Eleitoral

“O TSE desenvolveu uma Central de Notificações para os aplicativos da Justiça Eleitoral” e a incorporou aos apps e-Título, Mesário e Pardal para a disseminação de informações sobre as eleições e *fake news*, em tempo real, diretamente aos eleitores e mesários (TSE, 2021, p. 32):

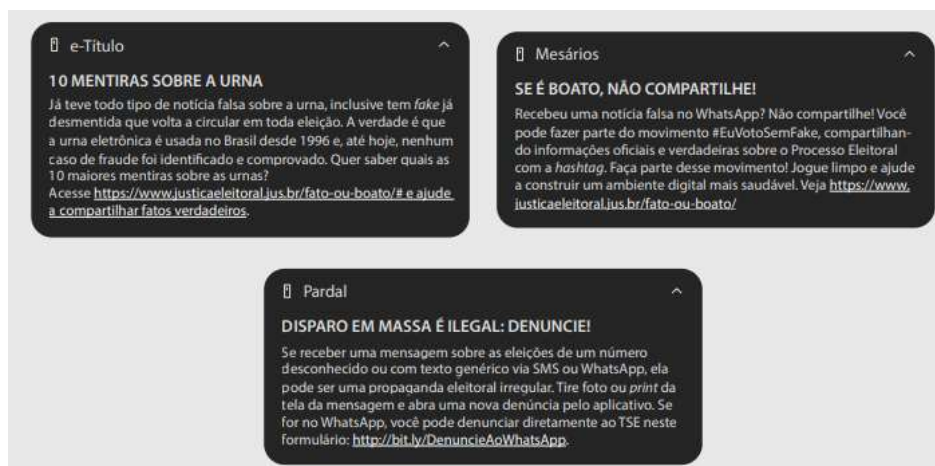


Figura 70 - Central de Notificações da Justiça Eleitoral - Fonte: TSE, 2021, p. 32

Ao longo do período eleitoral, “foram enviadas mais de 300 milhões de notificações informativas aos mais de 18 milhões de usuários desses aplicativos” (TSE, 2021, p. 33):

Número de usuários (em 15/11/2020):

- e-Título: 18.049.293
- Mesários: 1.090.346
- Pardal: 125.035

Notificações enviadas – Pílulas contra a desinformação

- e-Título: 17 mensagens
- Mesários: 7 mensagens
- Pardal: 10 mensagens

3.3.3.3.3 Campanha #EuVotoSemFake

A campanha #EuVotoSemFake foi desenvolvida pelo TSE nas redes sociais com o objetivo de “produzir um movimento nas redes sociais capaz de transformar instituições públicas e privadas e cidadãos em difusores de informações verdadeiras sobre o Processo Eleitoral”, de maneira a tornar personalidades e cidadãos em “embaixadores” da bandeira (TSE, 2021, p. 34).





Figura 71 - Campanha #EuVotoSemFake - Fonte: TSE, 2021, p. 34 e 35

O CNJ e o STJ compartilharam mensagens desta campanha em seus sites:





Figura 72 - - Campanha #EuVotoSemFake 2 - Fonte: TSE, 2021, p. 35 e 36

De acordo com o estudo da “Diretoria de Análise de Políticas Públicas da Fundação Getúlio Vargas (FGV/DAPP), a hashtag #EuVotoSemFake foi assunto de 23,3 mil postagens no Twitter entre 25 de setembro e 24 de novembro de 2020” (TSE, 2021, p. 36).

3.3.3.3.4 Campanhas com clubes de futebol

Em parceria com a Confederação Brasileira de Futebol (CBF) e diversos clubes de futebol o TSE desenvolveu as campanhas #NãoTransmitaFakeNews e #PartiuVotar como forma de “desestimular o compartilhamento de notícias falsas, esclarecer boatos e mentiras sobre o Processo Eleitoral brasileiro, por meio de analogia com o VAR” (do inglês video assistant referee), “e estimular o comparecimento às urnas” (TSE, 2021, p. 36).





Figura 73 - Campanhas com clubes de futebol - Fonte: TSE, 2021, p. 36 e 37

Com o objetivo de convocação para a votação para o segundo turno das eleições municipais de 2020, foi desenvolvida com o tema “#PartiuVotar: Futebol Brasileiro e TSE Juntos pela Democracia, para incentivar o comparecimento dos eleitores às urnas. A ideia foi estimular o voto no contexto da pandemia da Covid-19” (TSE, 2021, p. 38).





**FUTEBOL
BRASILEIRO
UNIDO PELA
DEMOCRACIA**

#PARTIUVOTAR

CBF Futebol @CBF_Futebol

O futebol brasileiro está unido pelo fortalecimento da democracia! Neste domingo, 29/11, a nossa torcida é por eleições limpas e que façam diferença para o futuro do Brasil. Se a sua cidade tem 2º turno, a regra é clara: **#PartiuVotar** \o/

Corinthians @Corinthians

#PartiuVotar

\o/ Vamos mostrar nossa força nessas Eleições, Fiel! No campo e nas urnas, a gente marca presença e o 2º turno tá aí: domingo, dia 29, todo mundo lá, de máscara no rosto e caneta na mão!

Translate Tweet



**DEMOCRACIA
CONVOCADA!**

#PARTIUVOTAR

TSE

Vasco da Gama @VascodaGama

Torcedor do Vasco não deixa o ritmo cair até que a disputa termine. Domingo, dia de votação pro 2º turno, o Gigante da Colina convida todo mundo pra votar – de máscara – das 7h às 17h, deixando o horário até as 10h pros maiores de 60! **#PartiuVotar**

Translate Tweet



**VAMOS TODOS
CANTAR DE
CORAÇÃO**

#PARTIUVOTAR

10:34 · 27/11/20 · Twitter for Android



Figura 74 - Campanhas com clubes de futebol 2 - Fonte: TSE, 2021, p. 38 e 39

Como resultados, a campanha “#NãoTransmitaFakeNews no Twitter alcançou 44.889.817 de pessoas por meio dos 2.371 tweets publicados. Participaram a CBF e 18 clubes do campeonato brasileiro”. Por sua vez, a campanha “#PartiuVotar alcançou 37.202.793 de pessoas por meio dos 344 tweets publicados. Participaram a CBF e 12 clubes da Série A do campeonato brasileiro” (TSE, 2021, p. 39).

3.3.3.3.5 Parceria com associações de comunicação

O TSE formalizou acordos de cooperação por meio de memorando de entendimento (MoU) com oito associações da área de comunicação e mídia: Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão (Abert), Associação Brasileira de Internet (Abranet), Abratel, Associação Brasileira de Provedores de Internet e Telecomunicações (Abrint), Associação Brasileira das Agências de Comunicação (Abracom), Associação Brasileira de Imprensa (ABI), Associação Nacional de Editores de Revistas (Aner) e Associação Nacional dos Jornais (ANJ). As entidades se comprometeram a publicar e divulgar “vídeos e posts publicados nas redes sociais do TSE, bem como informações checadas pelas instituições de checagem que aderiram

ao Projeto Coalizão para Checagem – Eleições 2020”, que incluíram (TSE, 2021, p. 40):

- Informações úteis sobre as Eleições 2020, incluindo datas, horários e protocolos sanitários de combate à Covid-19;
- Material de combate à desinformação e esclarecimento de notícias falsas sobre o processo eletrônico de votação;
- Segurança da urna eletrônica brasileira;
- Estímulo à participação de mulheres e jovens na política





Figura 75 - Parceria com associações de comunicação - Fonte: TSE, 2021, p. 41 e 42

3.3.3.3.6 Canais e redes sociais do TSE

O TSE ampliou sua presença nas redes sociais e nos seus canais de Internet para disseminar de forma massiva, as informações verdadeiras oficiais e combater as *fake news* acerca do processo eleitoral. A realização das eleições em meio à pandemia de Covid, foi também um dos motivadores para esta ênfase na atuação da Justiça Eleitoral.

Em parceria com o **TikTok** (<https://www.tiktok.com/@tsejus>), o TSE, de outubro de 2020 até o fim do período eleitoral, publicou 71 vídeos informativos, obtendo 18,4 mil seguidores, 165,4 mil curtidas e “milhões de visualizações”, sendo que um vídeo, que tratava dos protocolos sanitários para a votação, alcançou “o recorde de 1,2 milhão de visualizações”

(TSE, 2021, p. 43).



Figura 76 - Parceria com o TikTok - Fonte: TSE, 2021, p. 43

O TSE possuía conta no **Instagram** (<https://www.instagram.com/tsejus/>) desde 2017, mas obteve um crescimento vertiginoso em 2020, quando passou de “78.846 seguidores em janeiro para 206.876 seguidores em dezembro. O Tribunal tornou-se, assim, um dos organismos eleitorais com maior número de seguidores no Instagram no mundo” com alcance de “mais de 100 milhões de pessoas” (TSE, 2021, p. 43 e 46).



Figura 77 - Parceria com Instagram - Fonte: TSE, 2021, p. 43

A atuação junto ao **Facebook** (<https://www.facebook.com/TSEJus/>) transformou-se em um meio pujante de “propagação de informações confiáveis relacionadas ao Processo Eleitoral brasileiro” e de conscientização sobre a democracia no Brasil, tendo a conta oficial alcançado 244 mil curtidas e 255 mil seguidores ao final de 2020, atingindo “mais de 40 milhões de pessoas” (TSE, 2021, p. 44 e 46).



Figura 78 - Parceria com Facebook - Fonte: TSE, 2021, p. 44

A conta do TSE no **Twitter** (<https://twitter.com/tsejusbr>) teve ao final de 2020 mais de 378,5 seguidores das matérias produzidas para “campanhas publicitárias, notícias sobre os processos julgados pelos ministros, sessões plenárias e transmissões ao vivo de eventos importantes” com alcance de “mais de 45 milhões de impressões” (TSE, 2021, p. 44 e 46).



Figura 79 - Parceria com patricia - Fonte: TSE, 2021, p. 44

A estratégia do TSE junto à sua conta no **YouTube**

(<https://www.youtube.com/justicaeleitoral>) concentrou-se na “transmissão ao vivo das sessões de julgamento, séries com dicas para o eleitor e reportagens sobre o Processo Eleitoral brasileiro”. Desde que foi iniciada, em 2010, até o fim de 2020, o canal do TSE teve “187 mil inscritos e alcançou mais de 38 milhões de visualizações”. No ano de 2020 o TSE utilizou o espaço para realizar lives com o seu presidente e “por figuras públicas para discutir temas relevantes, incluindo desinformação e participação de mulheres e de jovens na política” (TSE, 2021, p. 45).



Figura 80 - Parceria com YouTube - Fonte: TSE, 2021, p. 45

O TSE também investiu nos seus **portais e hotsites** (<https://www.tse.jus.br/>, <https://www.justicaeleitoral.jus.br/> e www.justicaeleitoral.jus.br/tudo-sobre-as-eleicoes/) para oferecer serviços e informações úteis sobre as eleições de 2020, havendo sido publicados mais 4 mil posts, o portal www.tse.jus.br obtido 278.808.073 visualizações e “portal da Justiça Eleitoral (www.justicaeleitoral.jus.br) teve 31.806.425 visualizações em 2020, o que representou um número de visualizações 30 vezes maior que o registrado em 2019” (TSE, 2021, p. 45, 46 e 47).



Figura 81 - Portais e hotsites do TSE - Fonte: TSE, 2021, p. 46

Síntese dos resultados da divulgação massiva de informações verídicas e oficiais sobre as Eleições (TSE, 2021, p. 47):

- Principais redes sociais criaram ferramentas e recursos para permitir o acesso a conteúdos eleitorais confiáveis nas redes sociais em parceria com o TSE: Megafone (Facebook), stickers eleitorais (Instagram), recurso Como Votar na página de busca (Google), Guia das Eleições 2020 (TikTok), prompt “Conheça os Fatos” (Twitter), banner Fato ou Boato

(YouTube);

- Criação de Central de Notificações nos aplicativos da Justiça Eleitoral: 300 milhões de notificações informativas enviadas aos mais de 18 milhões de usuários dos aplicativos e-Título, Mesário e Pardal;
- Campanha #EuVotoSemFake: +100 instituições se engajaram na campanha para formar uma rede de difusão de informações confiáveis sobre as eleições, tendo produzido mais de 23 mil postagens no Twitter;
- Campanha #NãoTransmitaFakeNews: 2.371 tweets publicados pela CBF e por 18 clubes de futebol alcançaram 44.889.817 pessoas;
- Campanha #PartiuVotar: 344 tweets publicados pela CBF e por clubes de futebol alcançaram 37.202.793 pessoas;
- Aumento da presença do TSE nas redes sociais:
 - volume de conteúdo: +4 mil posts publicados nas redes sociais do TSE;
 - alcance: +100 milhões de pessoas no Instagram, +40 milhões de pessoas no Facebook +45 milhões de impressões no Twitter;
 - seguidores: ao fim de 2020, o TSE alcançou + 206 mil seguidores no Instagram, +380 mil seguidores no Twitter, +250 mil seguidores no Facebook e +180 mil inscritos no canal do YouTube;
 - novidade: perfil do TSE no TikTok – 71 vídeos postados durante as Eleições 2020, com recorde de 1,2 milhão de visualizações em um único vídeo.

3.3.3.3.7 Zero rating para o portal da Justiça Eleitoral

Motivado pela dificuldade do acesso da população brasileira à Internet via celular e, conseqüentemente, da busca por informações confiáveis e da veracidade acerca das *fake news* sobre o processo eleitoral, em razão dos custos, o TSE firmou, por intermédio da Conexis Brasil Digital, antiga Sinditelebrasil (representante oficial do setor de telecomunicações no Brasil), parcerias com as empresas operadoras de telefonia móvel Claro, Oi, Tim Brasil, Vivo e Algar Telecom. Os acordos consistiram em permitir o acesso aos conteúdos dos sites da Justiça Eleitoral sem cobrança de tráfego de dados, chamado zero rating (TSE, 2021, p. 48).

3.3.4 *Pilar: Ação Educacional*

O objetivo deste pilar é combater desinformação por intermédio da capacitação e qualificação dos servidores da Justiça Eleitoral (magistrados, servidores e colaboradores da Justiça Eleitoral, inclusive mesários) e dos cidadãos para que “possam compreender o fenômeno da desinformação, ampliar a sua capacidade crítica, reconhecer conteúdos falsos e fraudulentos, bem como acessar fontes de informação confiáveis” (TSE, 2021, p. 11).

3.3.4.1 Campanha institucional “Se For Fake News, não Transmita” – Ampla conscientização sobre a desinformação

A campanha institucional “Se For Fake News, não Transmita”, foi veiculada na televisão, no rádio e nas redes sociais do TSE, com o objetivo de “conscientizar a população sobre o que é desinformação, como as *fake news* se alastram e os efeitos negativos delas, bem como a importância de não repassar notícias falsas”. Foi estrelada pelo “biólogo e influenciador digital Átila Iamarino, considerado pela Revista Super Interessante uma das personalidades mais influentes do Twitter em 2020, a campanha abordou a disseminação de notícias falsas no dia a dia da sociedade, com ênfase no impacto negativo do fenômeno”. Os vídeos buscavam ajudar o cidadão a identificar as *fake news*, “checar a informações em sites confiáveis, distinguir fatos e opiniões, e refletir antes de compartilhar qualquer mensagem”, bem como o malefício das desinformações para a democracia e para a “a reputação de pessoas idôneas ou esconder a verdade sobre candidatos mal-intencionados” (TSE, 2021, p. 49).

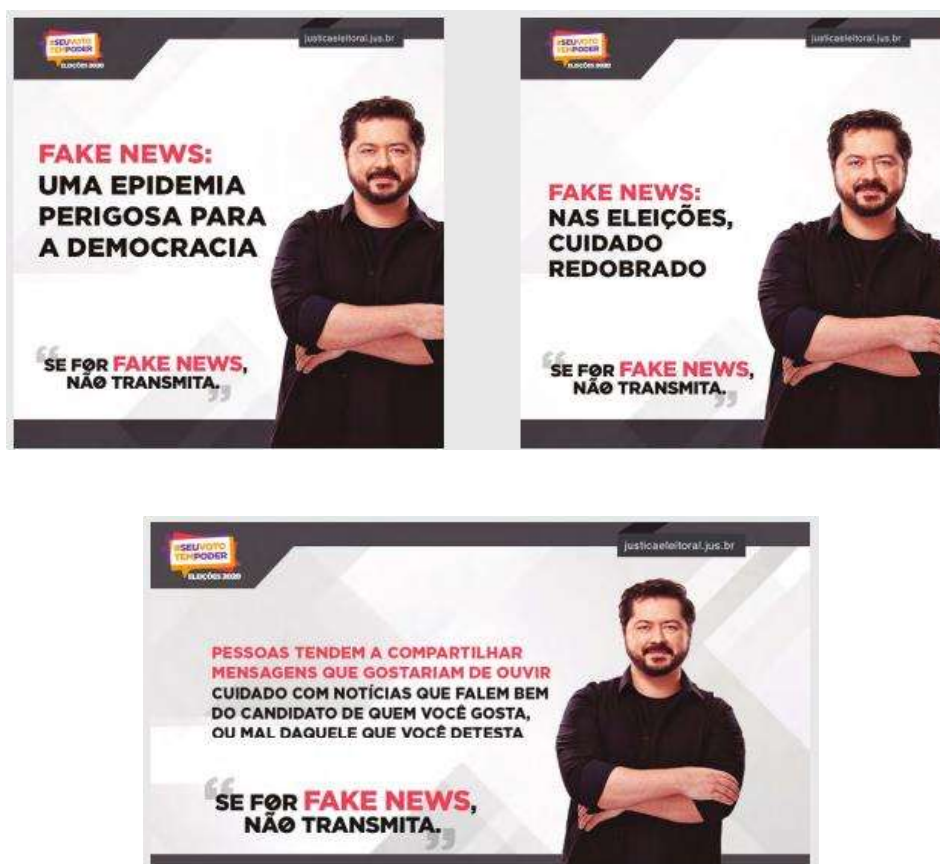


Figura 82 - Campanha institucional “Se For Fake News, não Transmita” - Fonte: TSE, 2021, p. 49 e 50

Estima-se que a campanha “tenha alcançado cerca 130 milhões de brasileiros” e obtido

“mais de 10 bilhões de visualizações únicas durante o período de veiculação” (TSE, 2021, p. 50).

3.3.4.2 Capacitações para o público externo

O TSE promoveu ações de capacitação ao público externo para o conhecimento sobre a desinformação, criação de pensamento crítico diante das informações recebidas, incentivo à não difusão de informações duvidosas, formas de checagem das informações e a informação confiável sobre o processo eleitoral, em especial da urna eletrônica. Estas ações consistiram em “webinários e debates virtuais; séries de notícias, vídeos e publicações especiais; cursos voltados a jornalistas; capacitação de mesários; entre outras” (TSE, 2021, p. 51).

3.3.4.2.1 Webinários, lives e debates virtuais

Dentre os webinários e debates virtuais se destacam a série “Diálogos Democráticos”, com cinco edições, que, sob a mediação do Presidente Ministro Luís Roberto Barroso, trouxe figuras públicas para discutirem os temas significativos das eleições. A questão das *fake news* foi debatida na edição de junho de 2020, sob o título “Desinformação: o Desafio das *Fake News*”, com a participação da jornalista Cristina Tardáguila, da International Fact-Checking Network, do biólogo e comunicador Atila Iamarino e do Deputado Federal Felipe Rigoni, coautor do projeto de lei de combate às *fake news*, obtendo a audiência de mais de 25 mil pessoas (TSE, 2021, p. 51).



Figura 83 - Webinários, lives e debates virtuais - Fonte: TSE, 2021, p. 51

Em parceria com o Google do Brasil / YouTube, foi promovido “uma série de lives voltadas ao enfrentamento à desinformação”, dentre elas (TSE, 2021, p. 52):

- Checagem de Informações – transmitida em 28 de outubro de 2020, com Cristina Tardáguila (Agência Lupa) e Diogo Rais (Instituto Liberdade Digital) e mediação de Patricia Blanco (Palavra Aberta). A live, disponível no YouTube, conta com mais de 50 mil visualizações.
- Desmistificando Lendas Eleitorais – transmitida em 4 de novembro de 2020, com Roberta Maia Gresta (Assessora Especial da Presidência do TSE) e Giuseppe Janino (então Secretário de Tecnologia da Informação do TSE) e mediação de Patricia Blanco (Palavra Aberta). A live, disponível no YouTube, conta com mais de 58 mil visualizações.
- Eleições: Como Votar de Maneira Segura (protocolos sanitários e outras dicas) – transmitida em 9 de novembro de 2020, com Ministro Luís Roberto Barroso (Presidente do TSE), Dr. Roberto Kalil (Universidade de São Paulo) e mediação de Patricia Blanco (Palavra Aberta). A live, disponível no YouTube, conta com mais de 63 mil visualizações.



Figura 84 - Google do Brasil / YouTube, - série de lives voltadas ao enfrentamento à desinformação - Fonte: TSE, 2021, p. 52

3.3.4.2.2 Séries de notícias, vídeos e publicações especiais

O TSE desenvolveu a série “O Caminho do Voto: o que acontece depois que você aperta o botão confirma” que buscou “demonstrar que, além da votação na urna eletrônica, há muitas etapas até concluir a totalização dos votos, que envolvem o uso da tecnologia, a atuação dos mesários e a fiscalização de instituições e da sociedade civil”, divulgada nos sites e redes sociais do Tribunal, obtendo “quase 700 mil visualizações” (TSE, 2021, p. 53).



Figura 85 - Séries de notícias, vídeos e publicações especiais - Fonte: TSE, 2021, p. 53

Outra série lançada pelo TSE foi a “Desvendando a Urna: desmistificando o sistema eletrônico de votação” que procurou esclarecer, em 10 reportagens, acerca dos “dez mitos sobre a urna eletrônica”, detectados desde as eleições de 2018. As matérias foram veiculadas no canal do Tribunal no YouTube. Os seguintes episódios foram divulgados (TSE, 2021, p. 53 a 56):

- Série Desvendando a Urna: somente o Brasil utiliza urna eletrônica?
- Série Desvendando a Urna: sistema eletrônico de votação permite a recontagem de votos?
- Série Desvendando a Urna: o equipamento não é auditável?
- Série Desvendando a Urna: o código-fonte do software de votação não é aberto à comunidade?
- Série Desvendando a Urna: já foram comprovadas fraudes na urna eletrônica?
- Série Desvendando a Urna: softwares maliciosos podem ser inseridos no equipamento?
- Série Desvendando a Urna: o equipamento é suscetível a ataques internos?
- Série Desvendando a Urna: o sistema é vulnerável a ataques pela Internet?
- Série Desvendando a Urna: a votação é segura?

- Série Desvendando a Urna: equipamento é projetado por empresas privadas?

Exemplos:



Figura 86 - Série Desvendando a Urna - Fonte: TSE, 2021, p. 53

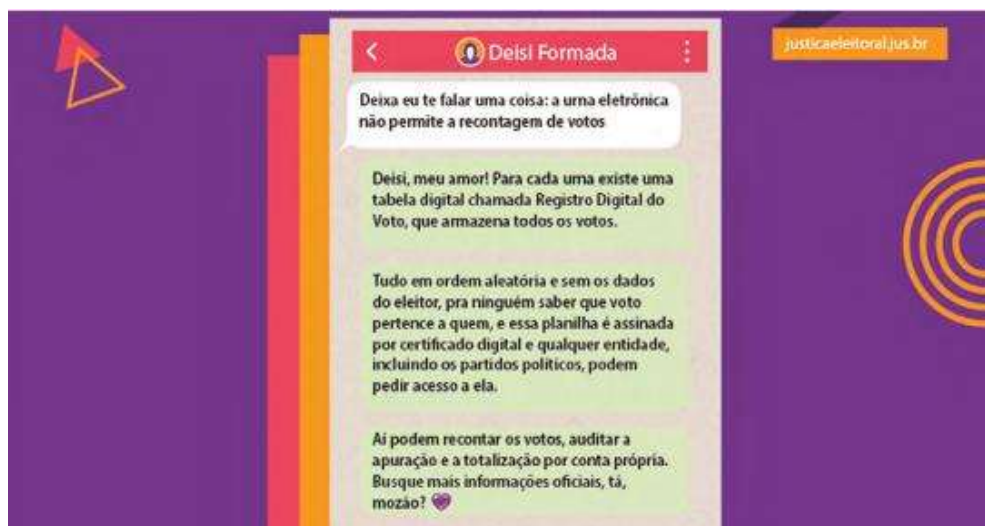


Figura 87 - - Série Desvendando a Urna 2 - Fonte: TSE, 2021, p. 53

Outras iniciativas foram realizadas, como a série “Boletim de Urna: o eleitor tem o poder de conferir os votos”, veiculado no portal da Justiça Eleitoral; o programa “Minuto da Checagem”, divulgado no canal do YouTube do TSE com 4,5 milhões de visualizações; e com a promoção do curso Direito Eleitoral para Jornalistas, que foi “dividido em 11 módulos, de 2 horas cada, realizadas na modalidade telepresencial e ministradas ao vivo por dois instrutores a cada encontro” (TSE, 2021, p. 57).



Figura 88 - série “Boletim de Urna: o eleitor tem o poder de conferir os votos” - Fonte: TSE, 2021, p. 58

Foram desenvolvidas “atividades de capacitação dos mesários no contexto da pandemia da Covid-19 por meio do aplicativo Mesário”, na modalidade de educação a distância (EaD), disponibilizados na plataforma Moodle de educação a distância (EaD), vídeos no YouTube e

programas na TV Justiça, tendo atingido 1,3 milhão de mesários (TSE, 2021, p. 57).



Figura 89 - capacitação dos mesários - Fonte: TSE, 2021, p. 61

3.3.4.3 Capacitações para o público interno

Foram tomadas iniciativas de capacitação dos servidores da Justiça Eleitoral como forma de prepará-los para o enfrentamento das desinformações. As plataformas digitais parceiras (Facebook, Instagram, WhatsApp, Google, Twitter e TikTok) realizaram “diversos eventos e sessões de treinamento para magistrados, servidores e colaboradores do TSE e dos TREs sobre o funcionamento de suas plataformas e ações relacionadas ao enfrentamento à desinformação em cada uma delas” (TSE, 2021, p. 62).

3.3.5 Pilar: Combate aos comportamentos inautênticos

O objetivo deste pilar é “combater desinformação com foco em controle de comportamento e, excepcionalmente, com controle de conteúdo, especialmente por meio de monitoramento de casos e práticas de desinformação”. Além disso, tem, ainda, como intenção o “direcionamento de recursos tecnológicos e atividades preventivas e repressivas contra comportamentos inautênticos, uso de propaganda computacional e ações coordenadas de propagação de desinformação” (TSE, 2021, p. 11).

3.3.5.1 Canal de denúncia de disparo em massa de conteúdos em parceria com o WhatsApp

Sob o amparo da legislação eleitoral (Lei nº 9.504/1997, art. 57-J c.c. Res.-TSE nº 23.610/2019, art. 28, IV, a e b, e art. 34) quanto pelos termos de uso do WhatsApp, o TSE e esta plataforma digital criaram “um canal de comunicação extrajudicial para receber denúncias de contas suspeitas de realizar disparos em massa durante as Eleições 2020”. Havendo denúncias válidas violando estas premissas, a conta responsável pelo disparo em massa era

banida do WhatsApp (TSE, 2021, p. 65).



Figura 90 - Canal de denúncia de disparo em massa de conteúdos em parceria com o WhatsApp - Fonte: TSE, 2021, p. 41 e 42

De 27/09/2021 ao fim de dezembro/2021, foram recebidas 5.229 denúncias, que após o processo de avaliação culminaram no banimento de 1.042 contas pelo WhatsApp. Os dados das contas extintas ficaram de ser preservados até 2023, para futuras investigações pelo Ministério Público Eleitoral (MPE). Por iniciativa própria, o WhatsApp “e baniu mais de 360 mil contas no Brasil por envio massivo ou automatizado de mensagens (abuso/ spam), no período de setembro a novembro de 2020” (TSE, 2021, p. 67).

3.3.5.2 Criação de rede de monitoramento de práticas de desinformação contra o Processo Eleitoral

O TSE formou uma rede de “monitoramento de práticas de desinformação danosas ao Processo Eleitoral operadas por meio da Internet”, com o objetivo de “identificar e expor as práticas e conteúdos desinformativos contra o Processo Eleitoral”, e “dar, se necessário, encaminhamentos para conter sua disseminação e reduzir seus efeitos negativos sobre as eleições”. Esta rede foi formada com os Comitês Estratégicos de Combate à Desinformação do TSE e dos TREs, de servidores e colaboradores da Justiça Eleitoral e os parceiros do Programa (Safernet Brasil, o Instituto Igarapé, o ITS Rio, a FGV/DAPP e o DFR Lab - Atlantic Council). Foram utilizadas as ferramentas a Buzzsumo e o Knewin Monitoring, “para monitorar as redes sociais durante o período eleitoral e identificar casos e tendências de desinformação” (TSE, 2021, p. 67 e 68).

Uma vez detectada uma circunstância de *fake news* sendo veiculadas, esta era encaminhada para um Comitê Bando de Dados, uma subseção do Comitê Estratégico de Combate à Desinformação do TSE. Neste núcleo, integrado por oito membros do TSE, “era responsável por indicar o encaminhamento a ser dado a cada apontamento, incluindo, conforme o caso, notificação da plataforma envolvida, envio para apuração pela Coalizão, encaminhamento ao Ministério Público Eleitoral e à Polícia Federal ou o arquivamento” (TSE, 2021, p. 67 e 68).

Comitê Banco de Dados – Fluxo de trabalho e critérios

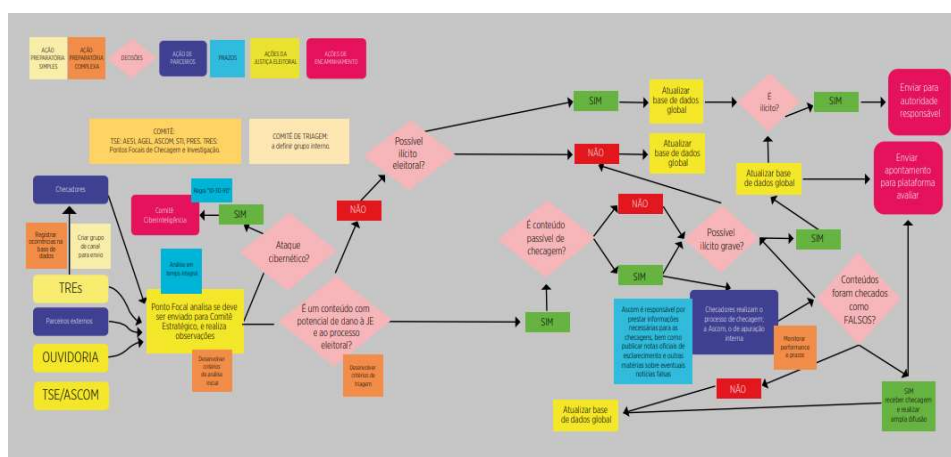


Figura 91 - Comitê Banco de Dados – Fluxo de trabalho e critérios - Fonte: TSE, 2021, p. 68

Uma vez certificado que o evento detectado se tratava de caso ou tendência de desinformação o Comitê Banco de Dados poderia sugerir uma ou mais das seguintes providências (TSE, 2021, p. 69 e 72):

a) Elaboração de nota de esclarecimento oficial: quando a desinformação referia-se a ação, programa ou procedimento de atribuição do TSE, a Assessoria de Comunicação (Ascom/TSE) emitia prontamente esclarecimento oficial sobre o fato, após consulta à respectiva unidade técnica responsável pelo tema.

- Para avaliar a necessidade, a conveniência e a oportunidade da elaboração de nota de esclarecimento oficial, consideravam-se os seguintes indicadores:

- número de plataformas (redes sociais e aplicativos de mensagens) em que o apontamento circulava;
- engajamento (quantidade de compartilhamentos, visualizações e comentários); e
- gravidade do apontamento.

- No caso de necessidade de emissão de nota oficial, as informações coletadas por meio do monitoramento do conteúdo desinformativo eram consideradas para sua elaboração.

- Esse tipo de encaminhamento tinha como objetivo enfrentar a desinformação

com informação oficial, verdadeira e de qualidade, e mitigar os possíveis efeitos nocivos do engajamento com o conteúdo desinformativo.

b) Encaminhamento para a Coalizão para Checagem – Eleições 2020: caso o conteúdo do apontamento fosse passível de checagem, a desinformação era encaminhada à Coalizão, para que as instituições de checagem que assim desejassem procedessem à verificação da informação.

- Para avaliar a necessidade, a conveniência e a oportunidade do envio do apontamento à Coalizão, consideravam-se os seguintes critérios e indicadores:

- (i) existência de checagem do mesmo conteúdo no contexto das Eleições 2020;

- (ii) emissão prévia de nota oficial do TSE;

- (iii) número de plataformas (redes sociais e aplicativos de mensagens) em que o apontamento circulava;

- (iv) engajamento (quantidade de compartilhamentos, visualizações e comentários); e

- (v) gravidade do apontamento.

- Caso necessário, o TSE e os TREs forneciam subsídios para eventual uso no processo de checagem de fatos, incluindo o encaminhamento de nota oficial, quando emitida.

- Uma vez verificada a informação, o TSE publicava, em sua página Fato ou Boato e em outros canais do TSE, os links das checagens, para ampliar o acesso.

- Esse tipo de encaminhamento tinha como objetivo enfrentar a desinformação com a circulação de informações confiáveis produzidas por fontes independentes, com credibilidade e expertise. Além de permitir a contraposição ao conteúdo desinformativo objeto do apontamento, o encaminhamento para a Coalizão buscou atuar no sentido de diminuir a aceitação desse conteúdo, reduzir a viralização e o engajamento do apontamento, proteger os cidadãos contra outros conteúdos desinformativos semelhantes e qualificar o debate público.

c) Encaminhamento para as plataformas parceiras do Programa: para garantir respostas eficazes às práticas desinformativas identificadas, bem como permitir o enfrentamento de redes estruturadas de desinformação e a inibição de comportamentos inautênticos, os apontamentos também poderiam ser encaminhados aos provedores de aplicação de Internet parceiros do Programa, incluindo WhatsApp, Facebook/Instagram, Google/YouTube, Twitter e TikTok. Todos esses provedores têm políticas de uso que, quando violadas, podem gerar, a depender da plataforma: redução no alcance da publicação; marcação do conteúdo como violador das políticas contra a desinformação; inclusão de etiqueta relativa à checagem de fatos; emissão de alertas no momento de compartilhamento; desmonetização; remoção de conteúdo; suspensão ou banimento da conta do usuário; entre outras consequências.

- Para avaliar a necessidade, a conveniência e a oportunidade do envio do apontamento às respectivas plataformas, foram considerados os seguintes critérios e indicadores:

- (i) existência de checagem do mesmo conteúdo ou de emissão de nota oficial sobre o tema no contexto das Eleições 2020;

- (ii) previsão de medida para o apontamento nas políticas da plataforma envolvida;

- (iii) engajamento (quantidade de compartilhamentos, visualizações e comentários); e

- (iv) gravidade do apontamento.

- Para o encaminhamento dos apontamentos pertinentes a cada plataforma, foram utilizados os mecanismos de denúncia indicados pelas próprias plataformas ao Programa.

- Em privilégio à liberdade de expressão, e reconhecendo os riscos inerentes à atribuição a qualquer entidade do papel de moderador do debate público, o Comitê Banco de Dados buscou privilegiar medidas menos invasivas do que a remoção do conteúdo, capazes de ampliar o fluxo de informações. Para esse fim, definiu-se que a solicitação de remoção do conteúdo somente seria realizada em situações extremas que representassem:

- (i) risco à segurança sanitária do processo de votação;
- (ii) incentivo ao absenteísmo ou outra desinformação destinada a impedir o voto ou causar confusão quanto à realização da eleição;
- (iii) incitação a atos violentos, especialmente contra servidores, membros e colaboradores da Justiça Eleitoral ou mesários;
- (iv) discurso de ódio;
- (v) indícios de comportamento inautêntico;
- (vi) indícios de financiamento irregular;
- (vii) falseamento da origem, por meio da utilização indevida de símbolos oficiais da Justiça Eleitoral; e
- (viii) outros casos excepcionais envolvendo crimes e/ou circunstâncias graves capazes de impactar negativamente o Processo Eleitoral.

- No caso de apontamentos referentes a indícios de comportamento inautêntico coordenado e a denúncias de empresas que ofertaram serviço de disparo em massa de mensagens, previu-se, dentre outras medidas, a possibilidade de encaminhamento à respectiva plataforma.

d) Encaminhamento ao Ministério Público: o encaminhamento ao MPE tinha como objetivo garantir a apuração dos ilícitos relacionados à produção e disseminação de desinformação nas eleições, inclusive para fins de eventual responsabilização criminal. Isso porque é de competência do Ministério Público Eleitoral a apuração das denúncias sobre matérias eleitorais. O Comitê Banco de Dados indicava ou realizava o encaminhamento ao MPE em algumas hipóteses, incluindo:

- No caso de desinformação não relacionada ao Processo Eleitoral que pudesse constituir ilícito eleitoral, em especial a desinformação contra candidato, partido político ou coligação, o Comitê Banco de Dados informava ao denunciante os diferentes canais de denúncia disponíveis, incluindo os formulários para denúncia ao MPE, a utilização do aplicativo Pardal da Justiça Eleitoral e, eventualmente, a atuação do juízo eleitoral no exercício do poder de polícia. As denúncias recebidas nessa hipótese não foram registradas como apontamentos no banco de dados;

- No caso de desinformação contra o Processo Eleitoral passível de configurar a prática de crime eleitoral, a exemplo das hipóteses de calúnia ou difamação contra integrantes da Justiça Eleitoral, previu-se a possibilidade de encaminhamento ao MPE após a comunicação ao atingido. Nesse processo, privilegiou-se sempre a garantia da liberdade de expressão, opinião e crítica;

- No caso de desinformação contra o Processo Eleitoral passível de configurar os delitos previstos nos arts. 296 e 297 do Código Eleitoral, quais sejam, “promover desordem que prejudique os trabalhos eleitorais” e “impedir ou embaraçar o exercício do sufrágio”, ou ainda ameaça, dano às urnas e outros ilícitos mais graves, previu-se o encaminhamento do apontamento diretamente ao representante do MPE no Comitê Estratégico de Combate à Desinformação ou ao promotor eleitoral responsável;

- No caso de apontamentos e denúncias referentes a empresas que ofereceram

serviço de disparo em massa de mensagens, previu-se a possibilidade de encaminhamento ao Ministério Público.

e) Encaminhamento à Polícia Federal: no caso de desinformação contra o Processo Eleitoral passível de configurar crime, em especial os delitos previstos nos arts. 296 e 297 do Código Eleitoral, previu-se o encaminhamento ao representante da Polícia Federal no Comitê Estratégico de Combate à Desinformação.

f) Encaminhamento ao Centro Integrado de Comando e Controle Nacional (CICCN) do Ministério da Justiça e Polícia Federal: no caso de desinformação contra o Processo Eleitoral passível de configurar crime e de apontamentos referentes a indícios de comportamento inautêntico coordenado, o fato poderia ser encaminhado também ao CICCN.

g) Resposta ao denunciante: caso o apontamento recebido via Ouvidoria tratasse de tema sobre o qual já existisse checagem ou nota oficial, encaminhava-se ao eleitor resposta com os esclarecimentos existentes e a indicação das medidas adotadas.

h) Aviso ao TRE para averiguação: no dia da eleição, quando o apontamento continha material audiovisual no qual era possível identificar seção eleitoral ou local de votação da ocorrência, previu-se comunicação ao respectivo TRE para possível averiguação no local pelo chefe de cartório responsável.

i) Arquivamento: caso o apontamento sobre conteúdo desinformativo não se enquadrasse no escopo do Programa, ou não fosse passível de checagem ou de outro encaminhamento (por exemplo, por ausência de engajamento e repercussão), previu-se o arquivamento.

De 03/10 a 31/12/2021 “752 apontamentos relativos a conteúdos desinformativos, foram analisados e tratados de modo a minimizar seus efeitos negativos sobre o Processo Eleitoral”, que tiveram os seguintes encaminhamentos (TSE, 2021, p. 74 e 75):

- Elaboração de nota de esclarecimento oficial: 17 apontamentos;
- Encaminhamento para a Coalizão para Checagem – Eleições 2020: 10 apontamentos;
- Encaminhamento para as plataformas (ou para provedores e sítios onde foi divulgado o apontamento): 210 apontamentos;
- Encaminhamento ao Ministério Público: 7 apontamentos;
- Encaminhamento ao Centro Integrado de Comando e Controle (Ministério da Justiça e Polícia Federal): 5 apontamentos;
- Resposta ao denunciante: 7 apontamentos;
- Arquivamento: 506 apontamentos, sendo 272 por não ser o conteúdo passível de checagem, 90 por estarem fora do escopo do Programa, e 144 por ausência de repercussão (engajamento).

3.3.5.2.1 Análise de tendências das narrativas falsas contra o Processo Eleitoral

A partir dos apontamentos registrados foi possível traçar algumas tendências sobre narrativas e conteúdos de desinformações sobre o processo eleitoral. Até o primeiro turno (15/11) houve um foco em “antigas narrativas falsas ou desinformações-zumbis, isto é, alegações falsas ou fraudulentas a respeito do processo de votação que circularam em pleitos anteriores e que foram recicladas”, que colocavam em xeque o processo de votação eletrônica (TSE, 2021, p. 76):

- (i) suposta fraude no primeiro turno das eleições presidenciais de 2018;
- (ii) suposta origem chinesa das urnas eletrônicas;
- (iii) suposta utilização de urnas eletrônicas apenas por Brasil, Cuba e Venezuela;
- (iv) suposta entrega do código-fonte das urnas eletrônicas aos venezuelanos; e
- (v) suposta inauditabilidade das urnas brasileiras.

Novas desinformações também circularam, vinculados especialmente aos procedimentos relativos à Covid-19, buscando levar o eleitor a acreditar que (TSE, 2021, p. 76):

- (i) seria possível o voto online (por celular ou computador);
- (ii) eleitores com menos de 60 anos seriam impedidos de votar durante o horário de votação preferencial (e não exclusivo) para maiores de 60 anos; e
- (iii) haveria proibição ao voto de pessoas contaminadas pela Covid-19; entre outros.

Foram detectadas novas ondas de desinformações originadas a partir de 2 fatos: o ataque hacker sofrido pelo STJ e as alegações de fraudes nas eleições americanas, que “provocaram o ressurgimento e a amplificação do tema da adoção do voto impresso nas redes sociais” e a circulação da *fake news* sobre a “a relação da empresa Smartmatic com as urnas eletrônicas brasileiras, bem como sobre o funcionamento destas” (TSE, 2021, p. 76).

Entre os dois turnos de votação, falhas técnicas e incidentes cibernéticos desencadearam novas narrativas falsas (TSE, 2021, p. 77):

- no dia do pleito, o aplicativo e-Título apresentou instabilidade durante o período de votação;
- grupo hacker divulgou o vazamento de dados administrativos do TSE;
- identificou-se tentativa de ataque DDoS, neutralizada em minutos pelo TSE;
- o processo de totalização dos votos apresentou lentidão superior à esperada, o que provocou atraso de aproximadamente duas horas e trinta minutos na divulgação dos resultados, feita ainda na noite do dia 15/11

Apesar de os incidentes terem sido esclarecidos e não haver qualquer efetividade em macular o processo eleitoral, eles tiveram o potencial de impulsionar os ataques às urnas e à confiabilidade do sistema nas redes sociais, triplicando os apontamentos. Não se constatou o surgimento de nenhuma nova narrativa, após o segundo turno, tão somente a continuidade dos discursos e desinformações verificadas até então (TSE, 2021).

O funcionamento da rede de monitoramento de práticas de desinformação contra o Processo Eleitoral se deu de acordo com o seguinte esquema (TSE, 2021, p. 80):



Figura 92 - funcionamento da rede de monitoramento de práticas de desinformação contra o Processo Eleitoral – Fonte: TSE, 2021, p. 80

No ANEXO 02 são apresentados e detalhados os desdobramentos de 10 casos emblemáticos analisados e tratados pelo Comitê Bando de Dados.

3.3.5.3 Parceria com o Centro Integrado de Comando e Controle Nacional (CCICN) do Ministério da Justiça e cooperação com a Polícia Federal

O TSE firmou parceria com o Centro Integrado de Comando e Controle Nacional (CCICN) do Ministério da Justiça, com o intuito de “monitorar, identificar e conter práticas de desinformação pela Internet”, para introduzir indicador específico sobre a desinformação. A partir de 16/10/2021 foi criado o Centro Integrado de Comando e Controle Nacional das Eleições 2020 (CCICN – Eleições 2020), a partir de acordo de cooperação firmado com a Polícia Federal e a Secretaria de Operações Integradas do Ministério da Justiça e Segurança Pública (TSE, 2021, p. 94).



Figura 93 - Parceria com o Centro Integrado de Comando e Controle Nacional (CCICN) - Fonte: TSE, 2021, p. 94

3.3.6 Novas estratégias de combate à desinformação

A partir dos resultados obtidos pelo Programa de Enfrentamento à Desinformação e os incidentes ocorridos e não previstos, foi necessário incorporar novas “estratégias de comunicação e resposta a incidentes cibernéticos e a indisponibilidades (programadas ou não) dos sistemas, aplicativos e serviços online da Justiça Eleitoral” (TSE, 2021, p. 96).

3.3.6.1 Comitê de Ciberinteligência

O Comitê de Ciberinteligência foi criado, após o segundo turno, para dar respostas céleres aos incidentes cibernéticos potenciais e reais que oferecessem ameaças ao processo eleitoral, pois pequenos ataques hackers de diversas naturezas têm o poder de desencadear ondas de desinformações, formando narrativas de descredenciamento da sua confiabilidade. “A desinformação pode ser potencializada pela ausência ou demora na divulgação de informações específicas sobre o evento, causando vácuos de informação (information/data void)”. A partir destas premissas, se mostrou oportuna a criação do comitê, para estruturar os “fluxos pré-definidos, para viabilizar a rápida análise da situação e subsidiar a tomada de decisões e a divulgação de comunicados claros e precisos para a imprensa e o público em geral” (TSE, 2021, p. 96).

Comitê de Ciberinteligência – Fluxo de trabalho

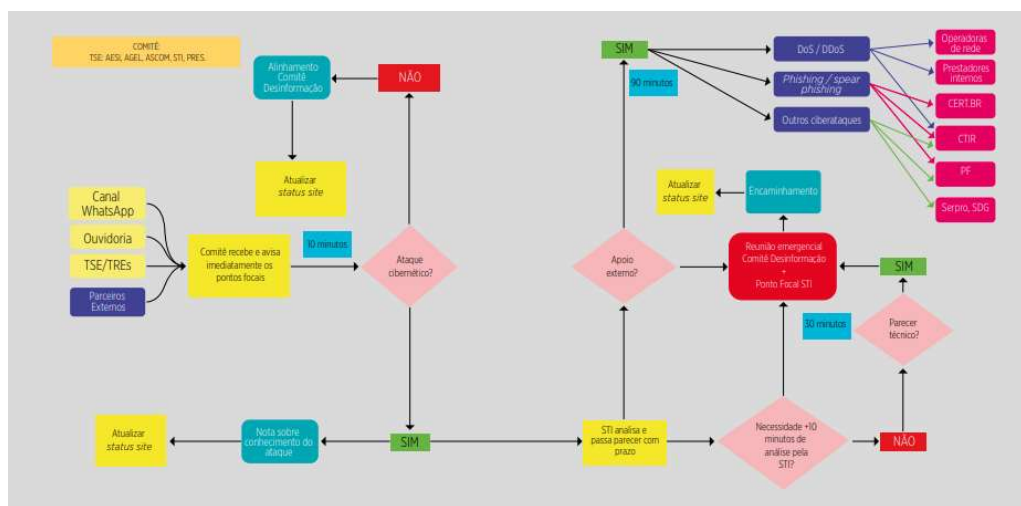


Figura 94 - Comitê de Ciberinteligência – Fluxo de trabalho – Fonte: TSE, 2021, p. 96

O Comitê de Ciberinteligência foi colocado em operação durante o segundo turno até o

fim do período eleitoral, sem que se constatasse qualquer incidente cibernético.

3.3.6.2 *Página de status de serviços*

Com o objetivo de oferecer transparência à performance dos sistemas eleitorais e aplicativos da Justiça Eleitoral, bem como, acesso às suas possíveis instabilidades, o TSE “criou uma página de status e desempenho dos serviços online do Tribunal e da Justiça Eleitoral, que foi atualizada continuamente até o fim do período eleitoral”. A página (<https://www.tse.jus.br/imprensa/noticias-tse/2020/Novembro/veja-aqui-o-status-sobre-a-disponibilidade-dos-servicos-durante-o-2o-turno-das-eleicoes-2020>) destinou-se a prestar informações sobre “eventuais instabilidades e indisponibilidades, bem como suspensões programadas de serviços” aos “eleitores, TREs, imprensa e cidadãos em geral”. A iniciativa se deu em razão de episódios de indisponibilidade de serviços ocorrida no primeiro turno com o aplicativo e-Título e outros serviços online, fruto de sobrecarga de acessos, que deram azo ao surgimento de diversas narrativas falsas acerca do processo de votação eletrônico. (TSE, 2021, p. 98).

3.4 PESQUISA DE CAMPO JUNTO AOS AGENTES ENVOLVIDOS NO PROCESSO ELEITORAL

3.4.1 *Objetivo*

O objetivo da pesquisa de campo entabulada foi levantar a percepção dos agentes eleitorais diretamente envolvidos com o processo eleitoral em relação ao fluxo de desinformações (*fake news*) a respeito do próprio processo eleitoral e as ações implementadas pela Justiça Eleitoral para combatê-las, à luz dos subsistemas, forças, da regulação do comunitarismo de rede, da Internet propostos por Andrew Murray. Procurou-se observar se os agentes eleitorais identificaram o envolvimento das plataformas digitais, do mercado e da sociedade nas iniciativas deflagradas pelo TSE para combater as *fake news* e se estas tiveram efetividade perceptível, comparando-se os pleitos de 2018 e 2020.

3.4.2 *Metodologia Utilizada*

3.4.2.1 *Premissas e Definições*

- Como público-alvo da pesquisa foram escolhidos os agentes ativos do meio político e judicial que atuem no âmbito eleitoral em 2018 e 2020:

- Advogados eleitorais;
- Desembargadores, corregedores, juízes eleitorais, promotores e procuradores eleitorais, bem como seus respectivos assessores;
- Políticos, ativistas partidários e seus respectivos assistentes;
- Servidores públicos que atuam no processo eleitoral;
- Estes agentes foram escolhidos por estarem diretamente envolvidos com o processo eleitoral - políticos, juízes, servidores, promotores e advogados, e em razão de serem participantes e utilizadores dos sistemas e processos eleitorais;
- Outros públicos leigos ou distantes deste universo eleitoral em particular, julgamos que não teriam uma atenção aos procedimentos e discussões envolvidas com o pleito, o transcorrer do processo eleitoral e as polêmicas e medidas de enfrentamento das *fake news*. Outros especialistas, como jornalistas e acadêmicos, não foram incluídos, dada sua grande dispersão e dificuldade de aglutinação para responderem ao questionário. Apesar de reconhecer que parcela dos pilares de Murray (plataformas digitais, mercado e sociedade) tiveram participações importantes neste contexto da pesquisa, optamos por não os incluir nesta survey, por estarem espalhados, de difícil identificação e acesso;
- Acerca do Processo Eleitoral entende-se que:
 - Envolve todo o processo formal eleitoral, desde a etapa de registro de candidaturas, propaganda eleitoral, votação, sufrágio, apuração, divulgação e proclamação;
 - Dada a jurisprudência e a legalidade das normas vigentes, o estado de direito, assume-se que o processo eletrônico de votação, apuração, totalização e divulgação é autêntico, confiável, legítimo e legal;
 - Considera-se envolvimento e/ou participação no processo eleitoral, o exercício ativo de atividades no processo formal eleitoral, seja como político, magistrado, promotor, advogado, servidor da justiça eleitoral ou do legislativo e assessoramentos destes anteriores, no manejo e atuação de alguma forma neste processo formal eleitoral;
 - O simples ato de votar ou de trabalhar como cabo-eleitoral não são considerados como “tomar parte” do processo eleitoral.
- Acerca *Fake News* considera-se que:

- Toma-se como verdadeira a posição oficial dos tribunais superiores, STF e TSE, bem como do Congresso Nacional, sobre o processo eleitoral eletrônico de votação, apuração, totalização e divulgação - não se entra na discussão de mérito se ele é ou não confiável. Parte-se da posição pacificada judicial e legislativamente;
 - Em razão do pressuposto acerca da legalidade do processo eleitoral, para este estudo, serão consideradas *fake news* apenas as notícias e informações que negam a legalidade, legitimidade, confiabilidade e/ou desqualificam o processo formal eletrônico eleitoral;
 - Dada a ampla divulgação e absorção pela sociedade, será utilizado preponderantemente o termo *fake news*, como sinônimo de desinformações, notícias falsas etc., não se entrando na discussão acerca da melhor precisão do termo para caracterizar o fenômeno;
 - Serão observadas e estudadas apenas as mensagens transitadas pela Internet (mensageria instantânea, emails, sites etc.), não sendo consideradas, para efeito desta pesquisa, aquelas veiculadas por outros meios (radiodifundidas, televisivas, impressas, etc.).
- **Acerca das forças regulatórias de combate às *fake news*:**
 - Para efeito desta pesquisa, são consideradas 4 forças regulatórias da Internet e, por consequência, de combate às *fake news*: o direito (judiciário, legislação, governo etc.), a arquitetura, representado pelas plataformas digitais (Google, Facebook, Twitter, Whatsapp, etc.), o mercado (empresas, federações e associações de empresas, etc. – exceto as plataformas digitais) e as normas sociais, representadas pela sociedade civil (ONGs; associações de classe, sociais, estudantis, etc. - desde que não empresariais; universidades – não se fez distinção da sociedade civil e acadêmica; etc);
 - As 4 forças podem até propagarem e serem utilizados para potencializar a divulgação de *fake news*, mas para efeito desta pesquisa serão analisadas apenas as suas ações em prol do combate às *fake news*;
 - Pressupõe-se que as 4 forças possam agir, mesmo que minimamente, para coibir a propagação das *fake news*.

- Acerca da teoria regulatória do comunitarismo de rede:
 - Como já mencionado na introdução, a observação e análise da aplicabilidade e efetividade da teoria regulatória do comunitarismo de rede, por meio da pesquisa de campo, se concentrarão na identificação de como as forças regulatórias se organizaram contra as *fake news*, se houve maior ou menor engajamento entre si e se, diante deste quadro, houve maior efetividade das ações perpetradas contra as desinformações. Não serão observados outros aspectos da teoria.
- As eleições gerais de 2018 e as municipais de 2020 possuem diferenças significativas em muitos aspectos. Entretanto, o processo eleitoral em si é o mesmo, com poucas alterações entres os dois pleitos. Mas dentre as diferenças, principalmente com relação à propagação das *fake news* sobre o processo eleitoral, pode haver uma relevância distinta entre eles. Identificamos uma, natural, maior preocupação com a legitimidade do processo eleitoral perante uma eleição nacional, do que nas municipais, visto que para se manipular os resultados em âmbito nacional requer-se, em teoria, uma interferência no processo como um todo para produzir resultados significativos a ponto de alterar a vontade geral do eleitorado. A interferência “no varejo”, em cada urna, produziria resultados pouco expressivos, quando “no atacado”, via os programas e no processo, esta possibilidade seria mais factível. Quanto à manipulação das eleições dos municípios, excluindo-se às das grandes cidades, não haveria lastro, disponibilidade operacional e estratégica de atores dispostos a interferir no processo complexo, como o eleitoral brasileiro, para alterar os resultados em cada município individualmente. Embora haver esta possibilidade de ponderação entre as eleições da importância do processo eleitoral nos resultados, outros fatores externos, como os ataques hackers, a influência das eleições americanas, como mencionado anteriormente, também causam impacto na valoração do processo eleitoral e, conseqüentemente, no esforço das narrativas para desacreditá-lo por meio de desinformações.

O detalhamento da operacionalização da pesquisa de campo se encontra relatado no ANEXO 03.

3.4.2.2 O questionário

Pesquisa sobre Fake News no processo eleitoral

Pesquisa para dissertação final de mestrado no IDP sobre fake news (desinformações) no processo eleitoral, com recorte de análise das eleições de 2020.

Objetivo principal: testar / validar um modelo conceitual de regulação da Internet, apropriado ao combate às fake news.

Público-alvo – agentes ativos do meio político e judicial que atuam no âmbito eleitoral de 2020:

- Advogados eleitorais
- Desembargadores, corregedores, juízes eleitorais, promotores e procuradores eleitorais, bem como seus respectivos assessores
- Políticos, ativistas partidários e seus respectivos assistentes
- Servidores públicos que atuam no processo eleitoral

Premissas e Definições:

- Processo Eleitoral:
 - o Envolve todo o processo formal eleitoral, desde a etapa de registro de candidaturas, propaganda eleitoral, votação, sufrágio, apuração, divulgação e proclamação.
 - o Dada a jurisprudência e a legalidade das normas vigentes, o estado de direito, assume-se que o processo eletrônico de votação, apuração, totalização e divulgação é autêntico, confiável, legítimo e legal.
 - o Considera-se envolvimento e/ou participação no processo eleitoral, o exercício ativo de atividades no processo formal eleitoral, seja como político, magistrado, advogado, servidor da justiça eleitoral ou do legislativo e assessoramentos destes anteriores, no manejo e atuação de alguma forma neste processo formal eleitoral.
 - o O simples ato de votar ou a de trabalho como cabo-eleitoral não são considerados como “tomar parte” do processo eleitoral.

- Fake News:
 - o Toma-se como verdadeira a posição oficial dos tribunais superiores, STF e TSE, bem como do Congresso Nacional, sobre o processo eleitoral eletrônico de votação, apuração, totalização e divulgação - não se entra na discussão de mérito se ele é ou não confiável. Parte-se da posição pacificada judicial e legislativamente.
 - o Em razão do pressuposto acerca da legalidade do processo eleitoral, para este estudo, serão consideradas fake news apenas as notícias e informações que negam a legalidade, legitimidade, confiabilidade e/ou desqualificam o processo formal eletrônico eleitoral.
 - o Dada a ampla divulgação e absorção pela sociedade, será utilizado preponderantemente o termo fake news, como sinônimo de desinformações, notícias falsas, etc., não se entrando na discussão acerca da melhor precisão do termo para caracterizar o fenômeno.
 - o Serão observadas e estudadas apenas aquelas transitadas pela internet (mensageria instantânea, emails, sites, etc.), não sendo consideradas, para efeito desta pesquisa, aquelas veiculadas por outros meios (radiodifundidas, televisivas, impressas, etc.).

- Agentes de combate às fake news:
 - o Para efeito desta pesquisa, são considerados 4 agentes possíveis de regulação da internet e, por consequência, de combate às fake news: o direito (judiciário, legislação, governo, etc), as plataformas digitais (Google, Facebook, Twitter, Whatsapp, etc.), o mercado (empresas, federações de empresas, etc. – exceto as plataformas digitais) e a sociedade civil (ONGs; associações de classe, sociais, estudantis, etc. - desde que não empresariais; universidades – não se fez distinção da sociedade civil e acadêmica; etc).
 - o Os 4 agentes podem até propagarem e serem utilizados para potencializar a divulgação de fake news, mas para efeito desta pesquisa serão analisadas apenas as suas ações em prol do combate às fake news.
 - o Pressupõe-se que os 4 agentes possam agir, mesmo que minimamente, para coibir a propagação das fake news.

1. O(A) Senhor(a) é:

- a) Advogado(a) atuante na área eleitoral
- b) Magistrado(a), membro(a) de colegiado eleitoral ou Assessor(a) de magistrado Eleitoral
- c) Político(a) (é ou foi detentor de mandato eletivo ou candidato) ou dirigente de partido político.
- d) Servidor público envolvido com o processo eleitoral ou assessor(a) de político(a) (que é ou foi detentor de mandato eletivo ou candidato) ou ocupante de cargo em partido político.
- Outro: _____

2. O(A) Senhor(a) é filiado a algum partido ?

- Não.
- Sim

Qual partido ?

Sua resposta _____

3. Qual tempo de atuação na área eleitoral ?

- Menos de 2 anos
- De 2 a 10 anos
- Mais de 10 anos
- Nunca atuei na área eleitoral

4. Qual sua escolaridade ?

- a) Ensino Médio completo.
- b) Universitário
- c) Pós-Graduação
- d) Mestrado / Doutorado

5. Qual o estado da federação em que atua ?

AC

AL

AM

AP

BA

CE

DF

ES

GO

MA

MG

MS

MT

PA

PB

PE

PI

PR

RJ

RN

RO

RR

RS

SC

SE

SP

TO

6. Qual o seu sexo ?

- a) Feminino
- b) Masculino
- c) Prefere não declarar

7. Qual sua idade ?

Sua resposta _____

8. Durante as eleições de 2018 o(a) Senhor(a) se envolveu (nos termos definidos nas premissas) profissionalmente/politicamente com as questões eleitorais?

- a) Sim
- b) Não
- Outro: _____

9. Durante as eleições de 2020 o(a) Senhor(a) se envolveu (nos termos definidos nas premissas) profissionalmente/politicamente com as questões eleitorais?

- a) Sim
- b) Não
- Outro: _____

10. Em sua percepção, por ocasião das eleições de 2020, com relação ao pleito de 2018, as fake news (desinformações exclusivamente sobre o processo eleitoral) ocorreram:

- a) Em maior número em 2020
- b) Em igual número em 2020
- c) Em menor número em 2020
- d) Não sabe precisar

11. Em sua percepção, as fake news (desinformações exclusivamente sobre o processo eleitoral) que especificamente distorceram informações acerca do processo eleitoral (por ex.: urna eletrônica, apuração, totalização, divulgação da apuração, etc.) por ocasião das eleições de 2020, com relação ao pleito de 2018, ocorreram:

- a) Em maior número em 2020
- b) Em igual número em 2020
- c) Em menor número em 2020
- d) Não sabe precisar

12. Com relação às eleições de 2018 o(a) Senhor(a) saberia e poderia citar algumas medidas empreendidas pela Justiça Eleitoral para o combate e reduzir os efeitos nocivos das fake news (desinformações exclusivamente sobre o processo eleitoral) ?

Sua resposta _____

Sua resposta _____

Sua resposta _____

13. Com relação às eleições de 2020 o(a) Senhor(a) saberia e poderia citar algumas medidas empreendidas pela Justiça Eleitoral para o combate e reduzir os impactos nocivos das fake news (desinformações exclusivamente sobre o processo eleitoral) ?

Sua resposta _____

Sua resposta _____

Sua resposta _____

14. Em sua percepção, as ações empreendidas pela Justiça Eleitoral para coibir especificamente a propagação e reduzir os efeitos nocivos das fake news (desinformações exclusivamente sobre o processo eleitoral) acerca do processo eleitoral por ocasião das eleições de 2020, com relação ao pleito de 2018, foram ?

- a) MAIS efetivas que em 2018, diminuindo proporcionalmente a sua propagação
- b) IGUALMENTE efetivas que em 2018, mantendo proporcionalmente a propagação em igual patamar
- c) MENOS efetivas que em 2018, aumentando proporcionalmente a sua propagação
- d) Não saber precisar

15. O(A) Senhor(a) entende que o envolvimento das PLATAFORMAS DIGITAIS (Google, Facebook, Whatsapp, Twitter, etc.) no movimento de combate e reduzir os impactos nocivos das fake news sobre o processo eleitoral é:

- a) Necessário
- b) Importante, mas não imprescindível
- c) Indiferente
- d) Desnecessário
- e) Indesejável ou inapropriado.

16. Com relação às medidas para coibir e amortizar as consequências prejudiciais das desinformações acerca do processo eleitoral no pleito de 2020, você saberia informar se a Justiça Eleitoral ENVOLVEU AS PLATAFORMAS DIGITAIS (Google, Facebook, Whatsapp, Twitter, etc.) para trabalhar em conjunto e de forma cooperada com suas ações de contenção e reduzir os impactos nocivos das fake news (desinformações exclusivamente sobre o processo eleitoral):

- a) Totalmente
- b) Parcialmente
- c) Não envolveu
- d) Desconhece

17. Comparando o envolvimento das PLATAFORMAS DIGITAIS (Google, Facebook, Whatsapp, Twitter, etc.) em coibir e reduzir os efeitos nocivos das fake news (desinformações exclusivamente sobre o processo eleitoral) em 2020 com as eleições em 2018, pode-se afirmar que:

- a) Houve MAIOR engajamento das plataformas digitais em 2020 do que em 2018
- b) Houve IGUAL engajamento das plataformas digitais em 2020 do que em 2018
- c) Houve MENOR engajamento das plataformas digitais em 2020 do que em 2018
- d) Não saber informar

18. O(A) Senhor(a) entende que o envolvimento da SOCIEDADE CIVIL (ONGs, associações, universidades, etc.) no movimento de combate e reduzir os efeitos impactos das fake news (desinformações) sobre o processo eleitoral é:

- a) Necessário
- b) Importante, mas não imprescindível
- c) Indiferente
- d) Desnecessário
- e) Indesejável ou inapropriado.

19. Com relação às medidas para coibir as desinformações acerca do processo eleitoral no pleito de 2020, você saberia informar se a Justiça Eleitoral ENVOLVEU A SOCIEDADE CIVIL (ONGs, associações, universidades, etc.) para trabalhar em conjunto e de forma cooperada com suas ações de contenção e reduzir os efeitos nocivos das fake news (desinformações exclusivamente sobre o processo eleitoral):

- a) Envolveu Totalmente
- b) Envolveu Parcialmente
- c) Não envolveu
- d) Desconhece

20. Comparando o envolvimento da SOCIEDADE CIVIL (ONGs, associações, universidades, etc.) no combate e reduzir os efeitos impactos das fake news (desinformações exclusivamente sobre o processo eleitoral) nas eleições de 2020 com as de 2018, pode-se afirmar que:

- a) Houve MAIOR engajamento da sociedade civil em 2020 do que em 2018
- b) Houve IGUAL engajamento da sociedade civil em 2020 do que em 2018
- c) Houve MENOR engajamento da sociedade civil em 2020 do que em 2018
- d) Não saber informar

21. O(A) Senhor(a) entende que o envolvimento do MERCADO (empresas, federações de empresas, etc.) no movimento de combate e reduzir os efeitos nocivos das fake news (desinformações exclusivamente sobre o processo eleitoral) sobre o processo eleitoral é:

- a) Necessário
- b) Importante, mas não imprescindível
- c) Indiferente
- d) Desnecessário
- e) Indesejável ou inapropriado.

22. Com relação às medidas para coibir as desinformações acerca do processo eleitoral no pleito de 2020, você saberia informar se a Justiça Eleitoral ENVOLVEU O MERCADO (empresas, federações de empresas, etc. – exceto as plataformas digitais) para trabalhar em conjunto e cooperada com suas ações de contenção e reduzir os efeitos impactos das fake news (desinformações exclusivamente sobre o processo eleitoral):

- a) Envolveu Totalmente
- b) Envolveu Parcialmente
- c) Não envolveu
- d) Desconhece

23. Comparando o envolvimento do MERCADO (empresas, federações de empresas, etc.) no combate e reduzir os efeitos nocivos das fake news (desinformações exclusivamente sobre o processo eleitoral) nas eleições de 2020 com as de 2018, pode-se afirmar que:

a) Houve MAIOR engajamento do mercado em 2020 do que em 2018

b) Houve IGUAL engajamento do mercado em 2020 do que em 2018

c) Houve MENOR engajamento do mercado em 2020 do que em 2018

d) Não saber informar

Enviar Limpar formulário

Nunca envie senhas pelo Formulários Google.

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pelo Google. [Denunciar abuso](#) - [Termos de Serviço](#) - [Política de Privacidade](#)

Google Formulários

Figura 95 - Formulário da Pesquisa de Campo

3.4.3 *Recepção e Análise dos dados obtidos*

Os dados aqui trazidos foram colhidos até a data de 22/11/2021. Novas respostas vieram após esta data de corte, porém, desconsideradas neste estudo. Foram recebidos alguns emails de ouvidorias e presidências de tribunais informando que, após deliberações internas, iriam remeter os links aos respectivos agentes destinatários. Infelizmente os retornos não serão incorporados a esta pesquisa.

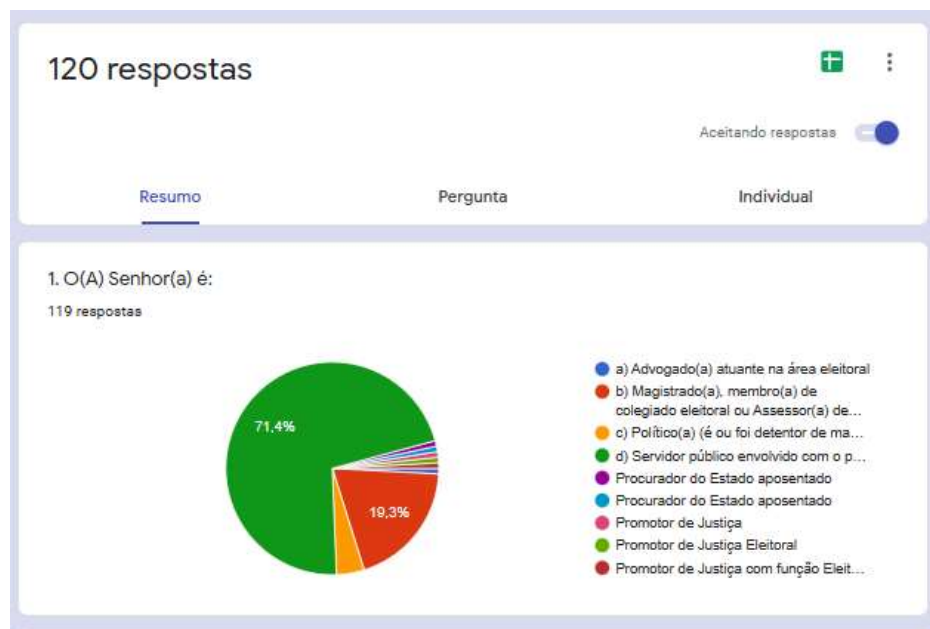


Figura 96 - Respostas pergunta 1

Comentários:

- Foi remetida a solicitação de cessão de lista de emails ou envio do link do formulário aos respectivos associados à todas as seccionais da OAB do Brasil. Entretanto, verificou-se que, por medida de adequação à LGPD, não puderam me ceder a lista dos afiliados e não havia dados públicos acerca dos advogados;
- A proposta de envio do formulário pelos canais internos de comunicação das seccionais da OAB não foi atendida, pois todas as seccionais estavam em período eleitoral com intensas campanhas e não se detectou a disposição para incluir esta demanda dentre as diversas outras de caráter de apoio às campanhas;
- Outro ponto que deve ser levado em consideração é o fato de que o assunto de *fake news* é polêmico entre os membros, havendo muitos que discordam das premissas estabelecidas para o questionário, tema, então, pouco afeito ao clima eleitoral daqueles órgãos;
- Após o recebimento das respostas, detectou-se que na primeira pergunta não foi incluída a opção explícita para os promotores. Alguns explicitaram no campo outros, mas pode ter havido a escolha pela alternativa “d” de servidor público envolvido com o processo eleitoral. Este ponto pode ter distorcido o mapa de distribuição de respondentes;
- Nos casos em que se tinha apenas o endereço email da zona eleitoral, foi necessária a boa vontade daquele que recebeu as 3 mensagens em reenviar aos

seus destinatários originais: chefe de cartório, juiz e promotor eleitoral. Alguns cartórios comunicaram a efetivação desta distribuição, mas não se pode conhecer do quanto este procedimento foi realizado. Neste particular, a remessa para o promotor eleitoral pode ter, ainda, sofrido maior dispersão, pois para muitos cartórios a figura do Ministério Público Eleitoral é exógena à sua estrutura e não possuem um canal fluido de comunicação e interação. Esta constatação é fruto de experiência dentro de cartório e também em algumas respostas obtidas designando que se procurasse a Procuradoria Geral para obtenção dos respectivos endereços dos promotores;

- O número de respostas de servidores públicos envolvidos com o processo eleitoral foi expressivamente maior que os demais agentes eleitorais. Atribuo que neste grupo possa haver um certo número de promotores e que a disposição destes agentes em se disporem a responder um questionário acadêmico se mostra maior que a dos demais agentes (juizes, promotores eleitorais, advogados e políticos), seja em razão de maior tempo disponível, em geral, ou mesmo de pré-disposição para a tarefa.

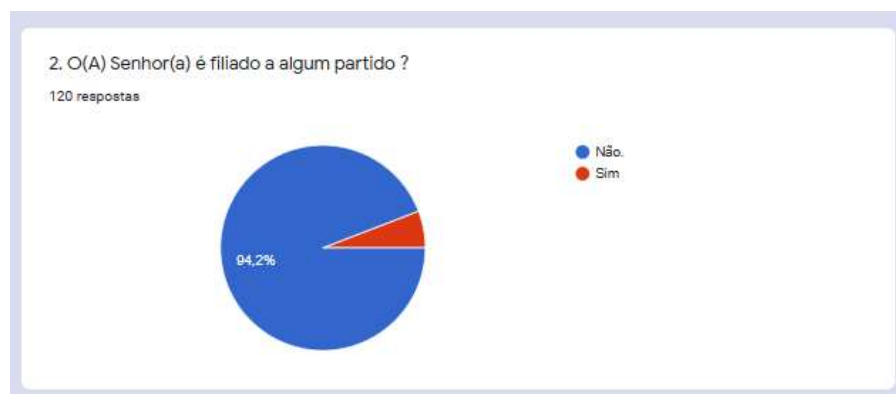


Figura 97 - Respostas pergunta 2

Comentários:

- Em razão da baixa devolutiva de respostas de políticos (5 apenas) e de advogados (1 único), aos demais agentes (magistrados, promotores e servidores eleitorais), enquanto ativos, não é permitido a filiação partidária. Apenas quando aposentados esta vedação é retirada. Portanto, o percentual de 94,2% (113 ao total) de não filiados é francamente majoritário.

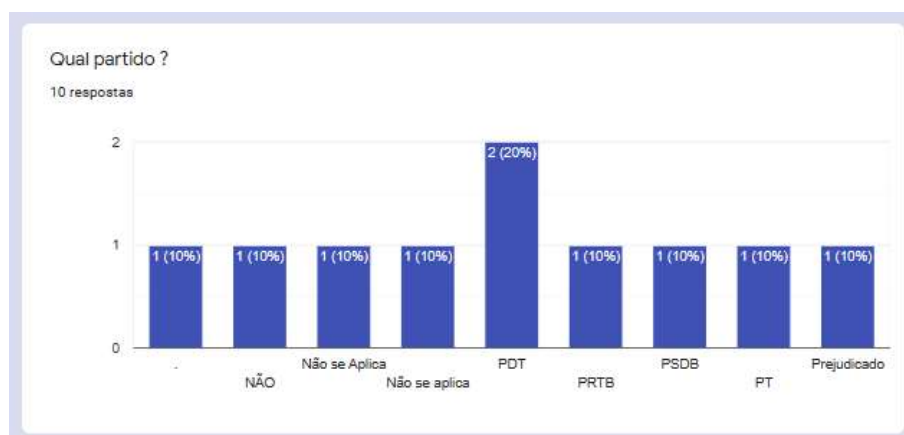


Figura 98 - - Respostas pergunta 2 - Partidos

Comentários:

- As 5 respostas úteis correspondem ao total de políticos que se manifestaram



Figura 99 - Respostas pergunta 3

Comentários:

- A larga maioria do corpo de respondentes (68,3% - 82 respostas) possuem mais de 10 anos de atuação na área eleitoral

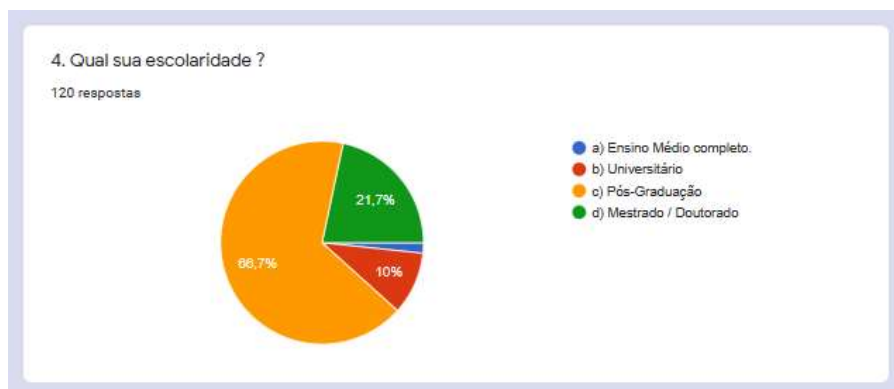


Figura 100 - Respostas pergunta 4

Comentários:

- Parte significativa do respondentes (88,4% - 106 respostas) possuem alta escolaridade, com pós-graduação, mestrado e doutorado.

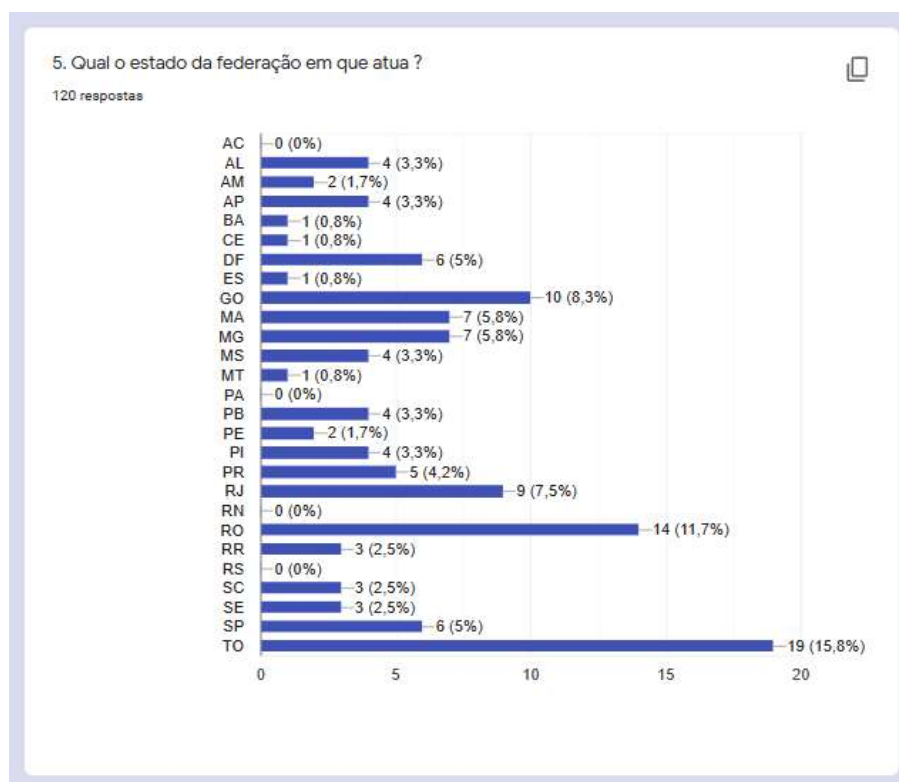


Figura 101 - Respostas pergunta 5

Comentários:

- Atribuo que as respostas originadas do Estado do Tocantins foi excepcionalmente alta, em relação aos demais estados, em razão da nossa

relação mais próxima com os agentes eleitorais daquele estado, obtendo-se maior número de respondentes;

- Os agentes dos estados de AC, PA, RN e RS não responderam ao questionário, sem razão explícita para tanto.

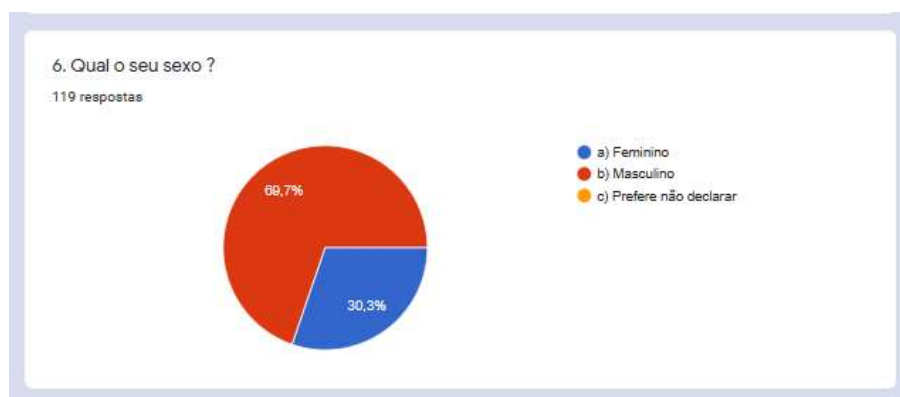


Figura 102 - Respostas pergunta 6

Comentários:

- O universo trabalhado é predominantemente masculino (83 respostas contra 36 do público feminino), não se conhecendo se isto é reflexo da própria amostra ou se trata do próprio espelho das categorias de profissionais pesquisados em geral.



Informaram	116
Mais novo	27
Mais velho	63
De 20 a 29	4
De 30 a 39	23
De 40 a 49	49
De 50 a 59	39
Acima de 60	3

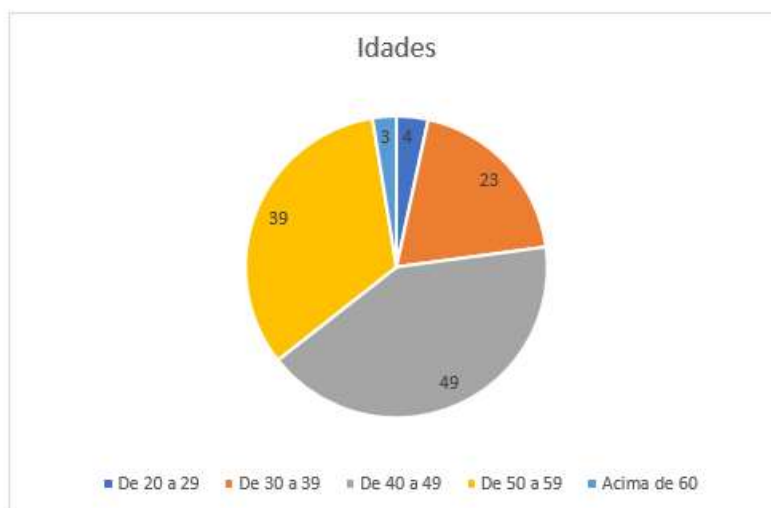


Figura 103 - Respostas pergunta 7

Comentários:

- A faixa etária central da amostra, daqueles que tem 40 a 49 anos de idade, foi a mais populosa, seguindo dos que tem de 50 a 59 anos de idade.

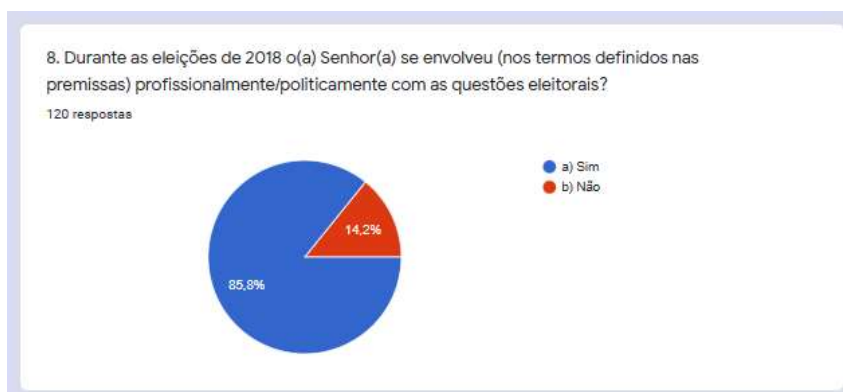


Figura 104 - Respostas pergunta 8

Comentários:

- A maior parte dos respondentes participou das eleições de 2018 (103 respostas), o que enriquece a pesquisa e valida o público-alvo destinatário utilizado.

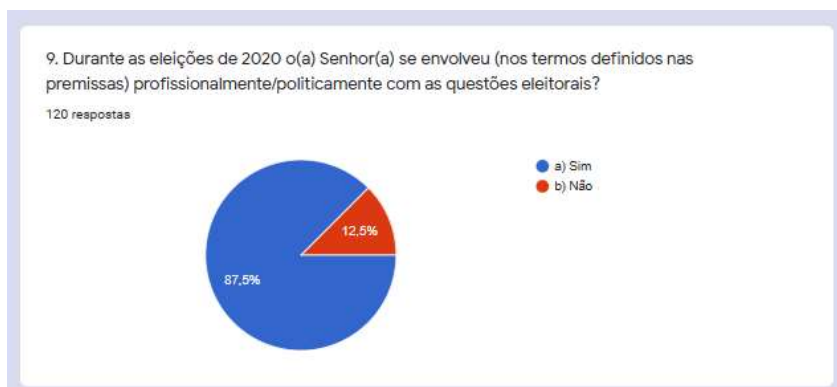


Figura 105 - Respostas pergunta 9

Comentários:

- O mesmo perfil dos respondentes é encontrado em relação às eleições de 2020, havendo também uma ampla participação neste pleito (Sim 105 respostas)

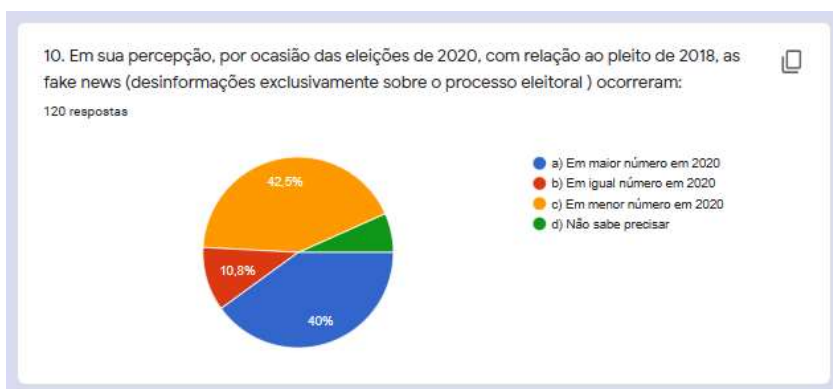


Figura 106 - Respostas pergunta 10

Comentários:

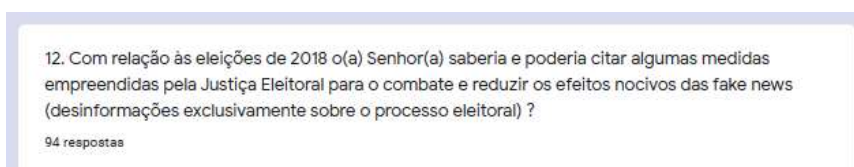
- Quantidade de respostas obtidas: a) 48; b) 13; c) 51; e d) 8.
- A percepção com relação à propagação de *fake news* entre as eleições de 2018 e 2020 são bem similares, não havendo uma tendência dominante entre os pleitos, indicando que, aos olhos dos pesquisados, houve um equilíbrio de ataques.



Figura 107 - Respostas pergunta 11

Comentários:

- Quantidade de respostas obtidas: a) 50; b) 18; c) 46; e d) 6
- Convalidando a pergunta anterior, as repostas foram semelhantes, com maior percepção de que as *fake news* sobre o processo eleitoral foram de mesmo volume entre as eleições de 2018 e 2020.



Desconheço
Transparência no manejo das urnas
Material publicitário
Notas de esclarecimentos sobre vídeos falsos!
Criação no TSE de um grupo para discutir como combater as <i>fake news</i> . Abertura de inquérito no STF para apurar a disseminação de <i>fake news</i> nas eleições de 2018 e no mandato de Bolsonaro
Validação de informação
Campanhas na Internet
Informativos na Tv
Divulgação maciça na imprensa de campanhas de conscientização à população.
Resposta imediata da justiça eleitoral apresentando os fatos reais; carta a nação brasileira etc
O último julgamento do TSE adensou a matéria de forma a impedir a proliferação desta prática criminosa. Declarou entendimento e ações concretas.
Respostas mediante central de notícias

Suspensão das fake nas redes
Nenhuma diferente.
Informações atualizadas no site do TSE, TRE.
Controle das empresas de pesquisa.
Não saberia
Não saberia
CAMPANHAS PUBLICITÁRIAS.
O TRE/AL instituiu um núcleo em parceria com PF de combate as fakenews
Aplicativo Pardal
Incentivo a checagem de fatos que envolvem o processo eleitoral pela Justiça Eleitoral, como a ferramenta "Fato ou Boato".
exclusão de páginas nas redes sociais destinadas às <i>fake news</i>
Realização de Seminários com escopo de discutir acerca das nuances das <i>fake news</i> , o que e, sua operacionalização, suas implicações e consequências para o comprometimento da lisura do processo eleitoral e seu resultado.
Ampliação do uso de aplicativos de denúncia
Foi realizada campanha combatendo as <i>fake news</i> , porém, não surtiram muito efeitos.
Propagandas por meios de rádio, televisão e Internet. Criação de núcleos especializados no combate as <i>fake news</i> , dentre outros.
Notas oficiais do TRE-MT
Franquear o acesso ao preparo das urnas em cartório, tanto nas eleições de 2018 quanto nas de 2020, divulgando na mídia local o convite a todos os agentes envolvidos no processo eleitoral.
Elaboração de vídeos para esclarecer o processo eleitoral.
Campanhas publicitárias do TSE
Exercício do Direito de Resposta
Veiculação de campanha publicitária acerca da segurança do sistema eletrônico de votação.
Determinação de retirada de postagens de conteúdo ofensivo, vexatório, não verdadeiro, com aplicação de multa aos autores.
Instituição do Comitê de Enfrentamento à Desinformação
notas informativas nas redes sociais
Pela minha lembrança, apesar de não ter atuado como magistrada eleitoral em 2018, foram realizadas campanhas informativas sobre as eleições pelo TSE
Propositura de representações eleitorais destinadas a impedir a propagação de <i>fake news</i> no âmbito da justiça eleitoral.
Conscientização da população através de campanhas nas redes sociais, na mídia e através do Portal https://www.justicaeleitoral.jus.br/
Comitê de Combate às <i>Fake News</i> , que até então nem existia
Campanha publicitárias educativas
Apoio de organismos jornalísticos e de redes sociais

No meu entender, a Justiça Eleitoral, por mais que tenha tido boa intenção, comeu moscas nesse quesito. O enfrentamento à desinformação massiva exige pronta-resposta e abordagem que fugam das medidas tradicionais. Se não houver urgente mudança de postura (e felizmente parece que haverá) as eleições de 2022 tendem a fugir do controle.
Não houve
O TSE deveria ter utilizado mais os canais de rádio e televisão para ter combatido com mais vigor as <i>fake news</i> .
CAMPANHAS DE CONSCIENTIZAÇÃO DESENVOLVIDA NAS MÍDIAS SOCIAIS PELA ÁREA DE COMUNICAÇÃO DO TRE.
Divulgação das informações verdadeiras em confronto com as <i>fake news</i> , pelo TSE, por meio dos principais canais de comunicação em massa.
O combate à desinformação é uma prioridade para a Justiça Eleitoral. Nesse cenário, o TSE criou, em 2016, em 2016, a página Fato ou Boato, a fim de ampliar o esclarecimento de informações relacionadas ao processo eleitoral, fomentar a circulação de conteúdos verídicos e estimular a verificação por meio da divulgação de notícias checadas, recomendações e conteúdos educativos.
nao
Propaganda Contra <i>Fake News</i>
nada foi feito
Divulgação nas redes sociais e imprensa em geral de esclarecimentos
NÃO FORAM INSTITUÍDAS MEDIDAS
Tendo em vista que foi um expediente massivamente utilizado na campanha de 2018, as medidas foram mais remediativas, do que preventivas.
Esclarecimentos por parte do Juiz Eleitoral e do Cartório Eleitoral
uso das redes sociais
Orientação aos eleitores acerca das <i>fake news</i> . Checagem, etc.
O site do TSE esclareceu diversos boatos
Os juízes eleitorais e servidores monitoraram através da propaganda eleitoral.
A Justiça Eleitoral rebateu uma por uma
Propagandas nos meios de comunicação e redes sociais, inclusive por meio de whatsapp
apenas pronunciamentos na tv. acredito que a justiça eleitoral não estava esperando os ataques. Esperavam e estavam preparados para as <i>fake news</i> apenas com relação aos candidatos
O TRESA instituiu um Comitê Consultivo da Internet, para estudo das medidas necessárias prevenção da divulgação de notícias falsas nas eleições de 2018.
O Ministro Luiz Fux, em entrevista, afirmou que a disseminação de <i>fake news</i> poderia resultar na cassação do mandato eletivo.
não
Comitê de contrainformação, parcerias com plataformas e agências de checagem, campanhas educativas e de esclarecimentos ao eleitor.
Não

No âmbito jurisdicional, no julgamento das liminares em representações com pedidos de retirada de conteúdos da Internet.
Não sei informar
O TSE lançou uma página na Internet p/ ajudar a esclarecer o eleitorado acerca das informações falsas que estavam sendo veiculadas.
Em 2018, houve grande propagação de que a Justiça Eleitoral estaria fraudando as eleições. Ficou constatado que houve confusão do eleitor ao realizar a votação, tendo em vista o grande número de cargos a serem escolhidos (06) e a modificação da ordem de votação. Também houve alguns casos isolados de mau funcionamento da urna eletrônica. Diante de tudo isso, entre o 1º e o 2º turno de 2018, o TRE-RO promoveu audiência pública convidando eleitores que fizeram registro em ata ou ocorrências policiais, visando esclarecer todas as ocorrências e conscientizá-los de todo o processo eleitoral. Ao final foi possível comprovar a satisfação dos presentes com a medida tomada pelo TRE-RO. Todos os debates entre técnicos, juízes e eleitores foram registradas em vídeo e disponibilizados no YouTube.
Seminário internacional em 2019 e criação de banco de dados de <i>fake news</i> para ajudar o eleitor
Seminários.
divulgação da informação verdadeira
- utilização da informação instantânea em mídias sociais, sites, notas, entrevistas pelas autoridades do TSE e Tribunais; ações obrigação de retirada de notícias falsas publicadas, acesso aos Boletins de Urnas pelo público, intensificação dos convites aos advogados, representantes dos partidos, MP para acompanhar a auditoria e carga de urna nas zonas eleitorais. Eu por exemplo fiz o procedimento de auditoria e carga de urnas, serviço técnico especializado para duas zonas eleitorais em Rondônia no município de Ji-Paraná, bem como procedi a treinamento para os técnicos de urna destas respectivas zonas, a fim de se alguma urna desse algum defeito, saber como proceder na seção eleitoral, junto aos fiscais e as mesas receptoras de votos (mesários).
Propagandas televisivas.
esclarecimentos sobre funcionamento da urna eletrônica
Grupo de inteligência do TRE-RO
Em 2018, após o primeiro turno, no Tribunal em que atuo, houve uma reunião com os eleitores que afirmaram terem tido problemas durante a votação. Nessa reunião foram esclarecidas, com linguagem acessível, sobre as camadas de proteção da urna, foram trazidos dados e informações sobre o funcionamento do processo eleitoral.
Atendimento aos usuários para esclarecimento e dúvidas
148
Capacitação dos servidores da Justiça Eleitoral no monitoramento e identificação dos responsáveis pela <i>fake news</i> nas redes sociais e sites.
TRANSPARÊNCIA NO PROCESSO ELEITORAL; CHAMADA DE PARTIDOS POLÍTICOS E ELEITORES NA PREPARAÇÃO DAS URNAS; PROPAGANDAS ESCLARECEDORAS; TREINAMENTO DE MESÁRIOS COM PRÁTICA NAS URNAS ELETRÔNICAS, ENTRE OUTRAS.
não
Palestras sobre a segurança da urna

Campanha de conscientização do eleitorado.
Esclarecimentos em página do TSE
Audiências públicas
Reunião prévia do Magistrado com as empresas de imprensa local
Limitou-se a emitir nota
não
Campanhas de esclarecimento com o detalhamento do caminho do voto desde a urna até os computadores encarregados pela totalização.
Campanhas informativas na TV e na Radio
Nao

Tabela 6 - Respostas pergunta 12 - 1ª citação

respostas – 15 inválidas / negativas = 79 válidas



criação de um blog da ZE
Campanhas na televisão
Convênio com as principais plataformas de mídias sociais para combate à desinformação.
Redes sociais da justiça eleitoral
Informações na grande mídia
DIVULGAÇÃO DE CONTEÚDOS EM REDES SOCIAIS.
Reuniões prévias com representantes partidários e pré-candidatos para reforçar a importância de uma disputa eleitoral sem desinformação.
Propagandas Formativas, pedagógicas, acerca do processo eleitoral, objetivando combater informações equivocadas disseminadas em redes sociais sobre a operacionalização das Eleições, atos preparatórios, segurança das urnas eletrônicas, etc. Campanha tímida, a meu ver, não muito enfática, eficaz, mas foi uma das estratégias utilizadas pela Justiça Eleitoral e que, no meu entendimento, deverá ser retomada, com toda força em 2022. Necessidade de se investir na massificação de informações, como por exemplo, mostrar para a sociedade como é feita a geração de mídias nas UE's; como é feita a transmissão e totalização dos resultados obtidos na votação; atos preparatórios para realização da votação, destacando a emissão do Relatório "zerésima", emissão do boletim de urna, dentre outros. Investir maciçamente em campanhas pedagógicas visando frear toda essa rede de desinformações que se estabeleceu em 2018 e promete reincidir nas Eleições de 2022.
Entrevistas regulares nas emissoras locais levando informações sobre as candidaturas e procedimentos referentes à propaganda eleitoral e fiscalização
Campanhas esclarecendo o funcionamento e confiabilidade das urnas eletrônicas

Bloqueio na plataforma digital da divulgação do <i>fake news</i>
Esclarecimento por parte de integrantes da JE sobre a necessidade da população de conferir e checar a origem e veracidade de matérias ou mensagens recebidas via redes sociais, Internet e imprensa
Vistorias e processos de verificação das urnas em tempo real no período eleitoral.
Muita Informação educativa grafica distribuida
ESCLARECIMENTOS DOS EFEITOS NOCIVOS DAS <i>FAKE NEWS</i> INSERIDOS NOS PRÍPRIOS DESPACHOS/DECISÕES JUDICIAIS NOS PROCESSOS RELATIVOS AO TEMA.
Palestras Contra <i>Fake News</i>
NÃO FORAM INSTITUÍDAS MEDIDAS
discursos das autoridades eleitorais
Infelizmente sempre houveram "panfletos apócrifos", nas eleições do Brasil.
A justiça Eleitoral tem divulgado como é o processo eleitoral com esclarecimentos sobre as audiências públicas que ocorrem antes durante e depois dos processo eleitoral demonstrando toda lisura do pleito
Não sei informar
Propagandas
formas legais de fazer cessar
acima
Atuação eficaz de órgãos da segurança pública
Reuniões com eleitores para esclarecimento
Disponibilização de palestras ministradas por servidores ou autoridades com intuito de demonstrar para alguns eleitores insatisfeitos (identificados em ata pelo mesário) com o processos eleitoral (urna eletrônica), a credibilidade e confiabilidade do voto eletrônico.
juízos rápidos suspendendo as postagem
informativos em redes sociais
Reunião prévia do magistrados com os candidatos ao pleito de Prefeito e Vereador
Faltou pulso firme do TSE em 2018

Tabela 7 - Respostas pergunta 12 - 2ª citação

31 respostas – 4 inválidas / negativas = 27 válidas



Entrevistas aos meio de comunicação
Campanhas no rádio
Realização de seminários e eventos para discussão e fortalecimento do combate às Fake news.
Parceria com redes sociais
Medidas judiciais como determinação de remoção e veiculação de direito de resposta.
Propaganda de alerta contra as <i>fake news</i>
procedimento investigatório para apuração da autoria do <i>fake news</i>

Nos dias do pleito em 2018 foi montada uma central de análise e resposta imediata para esclarecer a população sobre postagens falsas durante o dia da eleição.
ENTREVISTAS NA RÁDIO COMUNITÁRIA DA CIDADE COM O OBJETIVO DE ESCLARECER À POPULAÇÃO SOBRE O EFEITO DANOSO DAS <i>FAKE NEWS</i> NO PROCESSO ELEITORAL.
Distribuição de Panfletos Contra <i>Fake News</i>
NÃO FORAM INSTITUÍDAS MEDIDAS
juízos acerca dos temas
Não sei informar
Entrevistas.
divulgação de informações ampliando a transparência do processo eleitoral
acima
Monitoramento constante da Justiça Eleitoral de Rondônia
Aplicativos identificadores de <i>fake news</i>
intervenções em TV, rádio
Agilidade na análise de liminares que impedir a propagação

Tabela 8 - Respostas pergunta 12 - 3ª citação

20 respostas – 2 inválidas / negativas = 18 válidas

Número de citações	Respostas	Negativas / Inválidas	Total Válidas
1	94	15	79
2	31	4	27
3	20	2	18

Tabela 9 - Respostas pergunta 12 – Quadro de todas citações

Comentários:

- Esta pergunta foi introduzida para averiguar o conhecimento das medidas tomadas pela Justiça Eleitoral para coibir as *fake news* sobre o processo eleitoral, do pleito de 2018. Das 120 respostas, 79 pessoas conseguiram ou se dispuseram a apontar pelo menos 1 medida neste sentido. Destes, 27 indicaram uma segunda atividade de contenção das *fake news* e, por último, 18 listaram uma terceira medida.
- Considerando a natureza da pergunta que exige uma atenção maior em responder e demanda tempo e raciocínio do pesquisado, o que desestimula a resposta,

entendo que a grande maioria tem vívida as ações implementadas pela Justiça Eleitoral em conter as desinformações.

- Os números obtidos nesta questão se alinham às respostas da pergunta 8 que tratou do envolvimento profissional ou politicamente com as questões eleitorais do pleito de 2018.

13. Com relação às eleições de 2020 o(a) Senhor(a) saberia e poderia citar algumas medidas empreendidas pela Justiça Eleitoral para o combate e reduzir os impactos nocivos das fake news (desinformações exclusivamente sobre o processo eleitoral) ?

91 respostas

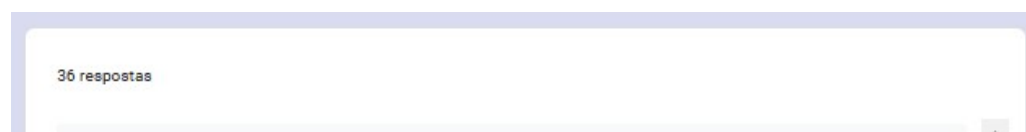
Decisões judiciais determinando a retirada de tais conteúdos.
As mesmas acima indicadas.
Respostas automatizadas nas redes sociais e no google
Campanha publicitárias educativas
as mesmas anteriores e a JE assumindo um papel ativo, não mais só reativo
Sufocar as fontes de financiamento é um passo importante, mas não funciona por si só. Há que se agir com firmeza sobre as plataformas digitais que monetizam esse tipo de conteúdo. É urgente e é a própria sobrevivência da democracia que está em jogo.
Houve a implementação do portal fato ou boato pelo TSE
CAMPANHAS DE CONSCIENTIZAÇÃO DESENVOLVIDA NAS MÍDIAS SOCIAIS PELA ÁREA DE COMUNICAÇÃO DO TRE.
Ferramentas de comunicação com esclarecimentos sobre as principais <i>fake news</i> divulgadas pelas redes sociais. Por exemplo podcast do TSE, mensagens instantâneas, entre outros.
O combate à desinformação é uma prioridade para a Justiça Eleitoral. Nesse cenário, o TSE criou, em 2016, em 2016, a página Fato ou Boato, a fim de ampliar o esclarecimento de informações relacionadas ao processo eleitoral, fomentar a circulação de conteúdos verídicos e estimular a verificação por meio da divulgação de notícias checadas, recomendações e conteúdos educativos.
Propaganda Contra <i>Fake News</i>
nada foi feito
Idem anterior
NÃO FORAM INSTITUÍDAS MEDIDAS
Foram feitas campanhas de informação no âmbito nacional, pelo TSE, e em âmbito estadual, especificamente no Estado do Amapá, pelo TRE - AP
Campanhas de informação feita pelo TSE

uso das redes sociais
Orientação aos eleitores acerca das <i>fake news</i> . Checagem, etc
O site do TSE esclareceu diversos boatos
Campanhas como a do TRESA.
Divulgando e esclarecendo a população como é o voto eletrônico e as diversas maneiras de auditoria que podem ser feitas nas urnas durante o processo eleitoral
Propagandas nos meios de comunicação e redes sociais, inclusive por meio de whatsapp
propagandas TV
O TRESA instituiu um Comitê Permanente da Internet destinado à prevenção e ao combate à disseminação de notícias falsas.
Não me recordo.
propagandas na TV
Campanhas de conscientização
As mesmas de 2018, porém com maior força de trabalho, mais recursos e planejamento.
exclusão de postagens que continham fakenews
No âmbito jurisdicional, no julgamento das liminares em representações com pedidos de retirada de conteúdos da Internet.
Campanhas publicitárias com esclarecimentos
Treinamento prévio
Transparência no manejo das urnas
Material publicitário
Resposta rápida e coordenada.
Campanhas na Internet
Informativos na Tv
A resposta do questionamento 12 abrange o presente questionamento.
Mesmas de 2018
Suspensão das fave nas redes
O tre nos ofereceu curso sobre fakenews e Internet
As mesmas.
Acredito que o controle de notícias pelo Estado deva ser residual.
Convênio com as redes sociais
Apenas a cassação do mandato do Dep que disseminou notícias falsas sobre as urnas eletrônicas!
Apenas a cassação do mandato do Dep que disseminou notícias falsas sobre as urnas eletrônicas!
CAMPANHAS PUBLICITÁRIAS.
O TRE/AL instituiu um núcleo em parceria com PF de combate as fakenews
Divulgação nas Redes Sociais
Incentivo a checagem de fatos que envolvem o processo eleitoral pela Justiça Eleitoral.
exclusão de páginas nas redes sociais destinadas às <i>fake news</i> e aplicação de multas
Acordo feito pelo TSE com as redes sociais para coibir disparos em massa, robôs e identificar contas suspeitas.

o TRE RO fez um mural com os resultados dos boletins de urnas físicos, algumas zonas como um de Ji-Paraná também fez, para acesso as partes interessadas para conferencia com os resultados publicados pelo TSE digital
A propaganda contra as <i>fake news</i> foi muito mais intensiva, tanto na TV como nas redes sociais.
Foram aplicadas medidas educativas via publicidade visando diminuir este nefasto fato
Contrainformação
Propagandas institucionais;
Reuniões públicas de auditorias das urnas
A disponibilização de vídeos institucionais na tv aberta e redes sociais oficiais com o objetivo de conscientizar os eleitores acerca das fakes news e canais de checagem da veracidade das informações.
TRANSPARÊNCIA NO PROCESSO ELEITORAL; CHAMADA DE PARTIDOS POLÍTICOS E ELEITORES NA PREPARAÇÃO DAS URNAS; PROPAGANDAS ESCLARECEDORAS; TREINAMENTO DE MESÁRIOS COM PRÁTICA NAS URNAS ELETRÔNICAS, ESCLARECIMENTOS À POPULAÇÃO COM ENTREVISTAS ÀS RÁDIOS LOCAIS ANTES E NO DIA DAS ELEIÇÕES; GRAVAÇÃO DE LIVES NO DIA DAS ELEIÇÕES; ESCLARECIMENTOS PONTUAIS A ELEITORES, REUNIÕES COM PARTIDOS POLÍTICOS, ENTRE OUTROS.
Programa permanente de enfrentamento às desinformações
Palestras sobre a segurança da urna
Campanha de conscientização do eleitorado.
Esclarecimentos em página do TSE
audiencias publicas
Não
Apenas na mídia institucional
vídeos explicativos
Campanhas de esclarecimento com o detalhamento do caminho do voto desde a urna até os computadores encarregados pela totalização.
Campanhas publicitárias combatendo a desinformação bem como cassação do primeiro Deputado Federal propagador de fakenews
Esclarecimentos sobre a confiabilidade das urnas levadas ao público por meio de mídias sociais.
Nao

Tabela 10 - Respostas pergunta 13 - 1ª citação

91 respostas - 8 inválidas / negativas = 83 válidas



Acordos prévios om as empresas de comunicação, em especial as que comandam o facebook, twitter, instagram

etc, inclusive com reuniões de treinamento ampliada, termos de cooperação etc
Blog
Integração das agências de notícias e checagens
Campanhas na televisão
Parceria com as redes sociais.
DIVULGAÇÃO DE CONTEÚDOS EM REDES SOCIAIS.
Aprimoramento das ferramentas de tráfego pago nas redes sociais
Reuniões prévias com representantes partidários e pré-candidatos para reforçar a importância de uma disputa eleitoral sem desinformação.
Campanha contra a desinformação: "Se for <i>fake news</i> não transmita".
Palestras orientativas nas escolas
Entrevistas regulares nas emissoras locais levando informações sobre as candidaturas e procedimentos referentes à propaganda eleitoral e fiscalização
Elaboração de vídeos para esclarecer o processo eleitoral.
Bloqueio na plataforma digital da divulgação do <i>fake news</i>
Além disso, foram dadas entrevistas nas rádios locais esclarecendo a população sobre assuntos afetos às eleições
Parceria com os principais provedores
Muita Informação educativa gráfica distribuída
Houve a resposta mais célere do TSE contra informações erradas.
ESCLARECIMENTOS DOS EFEITOS NOCIVOS DAS <i>FAKE NEWS</i> INSERIDOS NOS PRÍMOS DESPACHOS/DECISÕES JUDICIAIS NOS PROCESSOS RELATIVOS AO TEMA.
A fim de ampliar o combate à desinformação, o TSE criou o Programa de Enfrentamento à Desinformação nas Eleições 2020, dele fazendo parte a página Fato ou Boato.
Palestras Contra <i>Fake News</i>
NÃO FORAM INSTITUÍDAS MEDIDAS
discursos das autoridades eleitorais
No âmbito preventivo com ações na mídia, sites, eventos etc
Campanhas publicitárias com esclarecimentos
O TSE lançou a campanha "Se for <i>FAKE NEWS</i> , não transmita" em que Átila Lamarino, divulgador científico e youtuber fez um alerta acerca do tema.
Campanha Publicitária
realização de lives, webinar
Fato ou fake
Esclarecimentos nas redes sociais.
Disponibilidades dos boletins de urnas para acesso e consultas nos cartórios
Capacitação dos servidores da Justiça Eleitoral no monitoramento e identificação dos responsáveis pela <i>fake news</i> nas redes sociais e sites.
coligação com agências de fact-checking para o combate às FN e site Fato ou Boato
Semana do jovem Eleitor

juízos rápidos suspendendo as postagens
inserções em RADIO E TV
decisões judiciais

Tabela 11 - Respostas pergunta 13 - 2ª citação

36 respostas – 1 inválidas / negativas = 35 válidas



entrevistas
Campanhas preventivas com notícias verdadeiras!
Campanhas no rádio
Programas na grande mídia
Medidas judiciais como determinação de remoção e veiculação de direito de resposta.
Entrevistas concedidas pelas autoridades eleitorais
Campanhas esclarecendo o funcionamento e confiabilidade das urnas eletrônicas
procedimento investigatório para autoria do <i>fake news</i>
Maior atuação do comitê de Combate às <i>Fake News</i>
ENTREVISTAS NA RÁDIO COMUNITÁRIA DA CIDADE COM O OBJETIVO DE ESCLARECER À POPULAÇÃO SOBRE O EFEITO DANOSO DAS <i>FAKE NEWS</i> NO PROCESSO ELEITORAL.
Atualmente, o Programa de Enfrentamento a Desinformação nas Eleições 2020 mobiliza mais de 50 instituições, incluindo partidos políticos e entidades públicas e privadas, para enfrentar os efeitos negativos provocados pela desinformação relacionada à democracia.
Distribuição de Panfletos Contra <i>Fake News</i>
NÃO FORAM INSTITUÍDAS MEDIDAS
ações educativas
Campanhas publicitárias com esclarecimentos
Além disso, foi publicada a Resolução nº 23.610/2019 em que trata de medidas preventivas contra <i>FAKE NEWS</i> , como a proibição de contratação de disparos em massa de propaganda eleitoral.
Entrevistas
criação de grupos de trabalhos, programa esclarecendo algumas fases do processo eleitoral
Esclarecimentos imediatos à população
Parcerias firmadas entre a Justiça Eleitoral e os representantes brasileiros das principais redes sociais do Brasil (facebook, instagran, whatsapp e twitter) e operadoras da telefonia móvel e fixa, objetivando maior eficiência e agilidade das informações requisitadas via mandado judicial.
capacitação com as plataformas sobre checagem para servidores da JE
Publicidade Institucional

Aplicativos identificadores de <i>fake news</i>
redes sociais
esclarecimento na imprensa e Internet

Tabela 12 - Respostas pergunta 13 - 3ª citação

25 respostas – 1 inválidas / negativas = 24 válidas

Número de citações	Respostas	Negativas / Inválidas	Total Válidas
1	91	8	83
2	36	1	35
3	25	1	24

Tabela 13 - Respostas pergunta 13 – Quadro de todas citações

Comentários:

- Tal como a pergunta anterior, esta foi introduzida para averiguar o conhecimento das medidas tomadas pela Justiça Eleitoral para coibir as *fake news* sobre o processo eleitoral, agora com foco nas eleições de 2020. Das 120 respostas, 83 pessoas conseguiram ou se dispuseram a apontar pelo menos 1 medida neste sentido. Destes, 35 indicaram uma segunda atividade de contenção das *fake news* e, por último, 24 listaram uma terceira medida.
- Como mencionado nos comentários da resposta anterior, tendo em vista a natureza da pergunta que exige uma atenção maior em responder e demanda tempo e raciocínio do pesquisado, o que desestimula a resposta, entendo que, tal como a pergunta anterior, a grande maioria pode relembrar as ações implementadas pela Justiça Eleitoral em conter as desinformações.
- Os números colhidos, em relação às eleições de 2020, são semelhantes aos da questão anterior, que tratou das eleições de 2018.
- Também de forma parecida com o questionamento anterior, os números obtidos nesta questão se alinham às respostas equivalentes, da pergunta 9, que tratou do envolvimento profissional ou politicamente com as questões eleitorais do pleito de 2020.



Figura 108 - Respostas pergunta 14

Comentários:

- Quantidade de respostas obtidas: a) 61; b) 22; c) 12; d) 24
- Apesar de não terem notado diferenças significativas no acréscimo de *fake news* entre os pleitos de 2018 e 2020, a maioria entendeu que a Justiça Eleitoral foi mais efetiva no combate às desinformações nas eleições mais recentes. Significando que as medidas implementadas em 2020 tiveram maiores e melhores resultados.



Figura 109 - Respostas pergunta 15

Comentários:

- Quantidade de respostas obtidas: a) 103; b) 9; c) 0; d) 0; e) 8

- A esmagadora maioria (85,8%) entendeu que o envolvimento das plataformas digitais, uma das forças regulatórias de Murray, é necessário para se conter as *fake news*.
- Interessante notar que nenhum dos respondentes atribuiu a participação das plataformas como indiferente ou desnecessária.
- Em menor percentual, os pesquisados opinaram que as plataformas têm atuação importante, mas não imprescindível e indesejável ou inapropriada. Este último grupo coloca um ponto de desconfiança neste papel, seja de moderador, regulador ou até de colaborador do combate às desinformações.



Figura 110 - Respostas pergunta 16

Comentários:

- Quantidade de respostas obtidas: a) 39; b) 40; c) 4; d) 38
- O quantitativo daqueles que desconhecem o envolvimento das plataformas digitais pela Justiça Eleitoral nas ações de combate às *fake news* é compatível com o número de não respondentes da questão 13, em que se solicitava a enumeração das iniciativas desta Justiça especializada.
- Daqueles que acompanharam mais à miúdo as ações de combate às *fake news*, descontando aqueles que desconheciam tais iniciativas da Justiça Eleitoral,

temos que a extrema maioria (95,18%) detectou que houve o envolvimento das plataformas, seja parcial ou totalmente. Vide o gráfico abaixo:

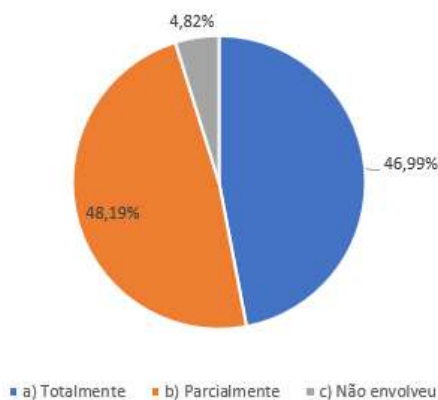


Figura 111 - Respostas pergunta 16 – descontadas as que não souberam informar

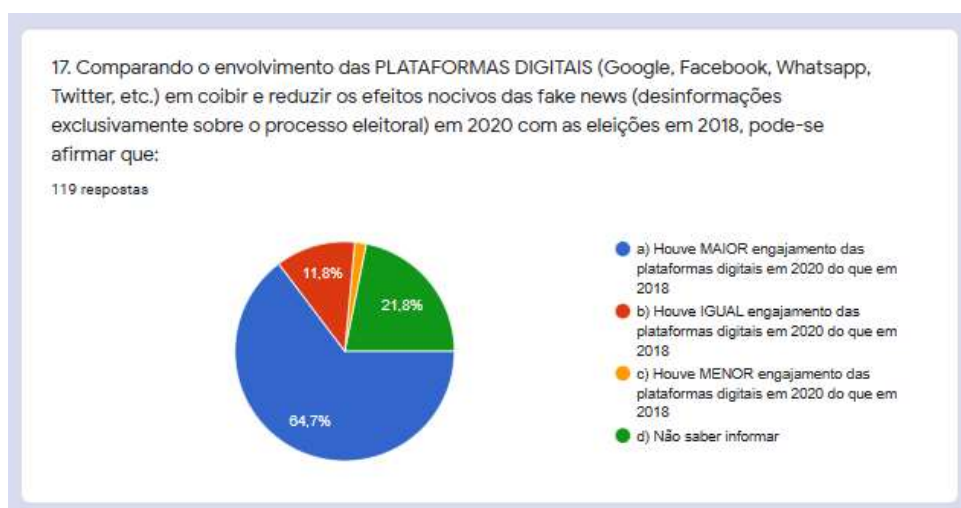


Figura 112 - Respostas pergunta 17

Comentários:

- Quantidade de respostas obtidas: a) 77; b) 14; c) 2; d) 26
- desprezando as respostas daqueles que não souberam informar da evolução, se tem que 82,80% entenderam que houve um maior envolvimento das plataformas digitais nas iniciativas de combate as desinformações, como se observa no gráfico abaixo:

Relação de engajamento entre 2020 e 2018

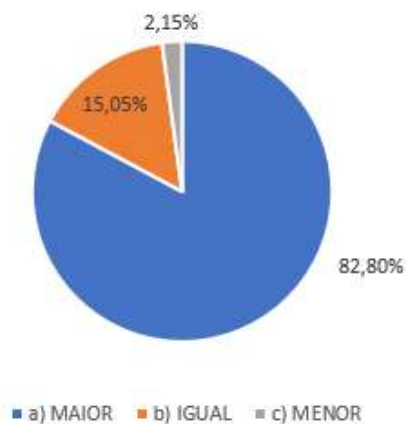


Figura 113 - Respostas pergunta 17 – descontadas as que não souberam informar

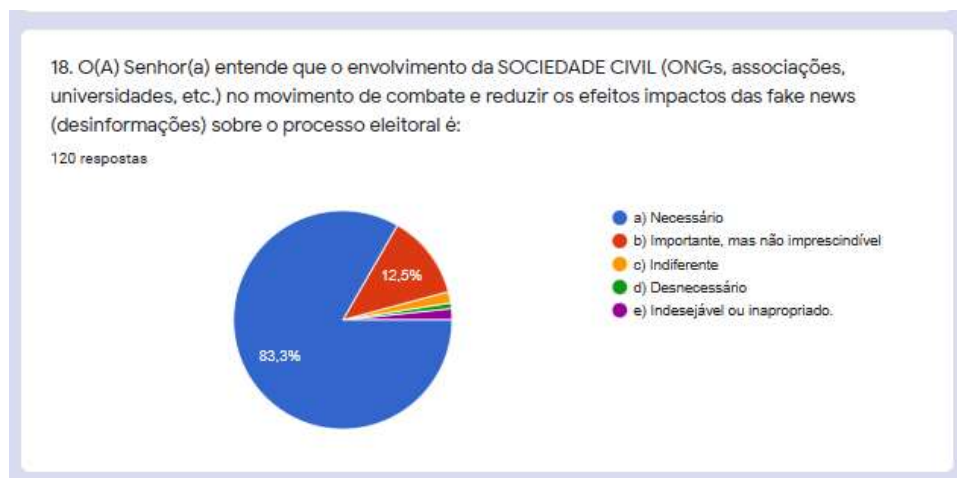


Figura 114- Respostas pergunta 18

Comentários:

- Quantidade de respostas obtidas: a) 100; b) 15; c) 2; d) 1; e) 2
- Há quase um consenso (95,8%) de que é necessário ou importante o envolvimento da sociedade civil no movimento de combate das *fake news*.



Figura 115 - Respostas pergunta 19

Comentários:

- Quantidade de respostas obtidas: a) 10; b) 50; c) 12; d) 48
- A percepção de envolvimento da sociedade civil junto às ações da Justiça Eleitoral é inferior às das plataformas digitais. Mas, daqueles que perceberam o movimento a maioria (83,33%) entendem que houve esta conjunção de esforços da Justiça Eleitoral e a sociedade civil, mesmo que a parte mais expressiva (69,44%) considerou apenas parcial.



Figura 116 - Respostas pergunta 19 – descontadas as que não souberam informar

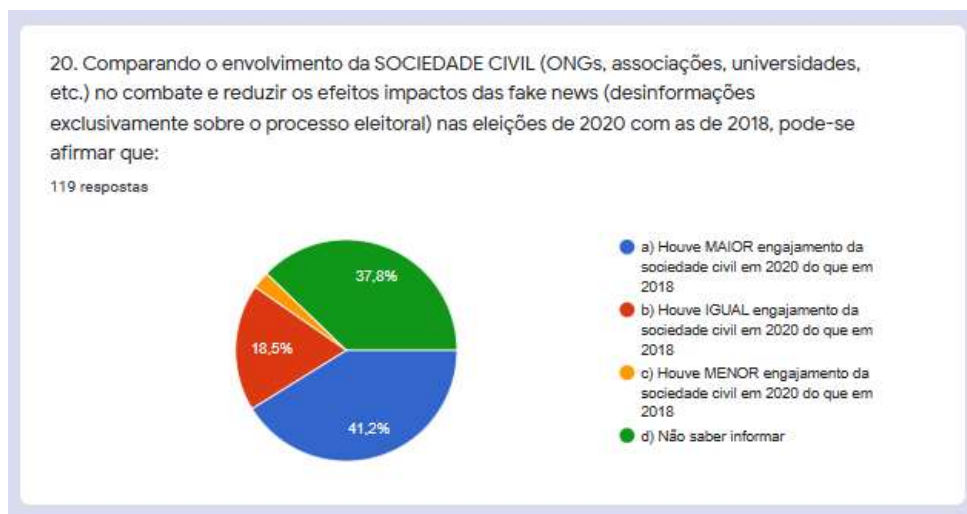


Figura 117 - Respostas pergunta 20

Comentários:

- Quantidade de respostas obtidas: a) 49; b) 22; c) 3; d) 45
- Desconsiderando os que não souberam informar, temos que 66,22% dos respondentes apontaram que houve um maior engajamento da sociedade civil em 2020 do que em 2018, vide o gráfico abaixo:

Relação de engajamento da Sociedade Civil entre 2020 e 2018

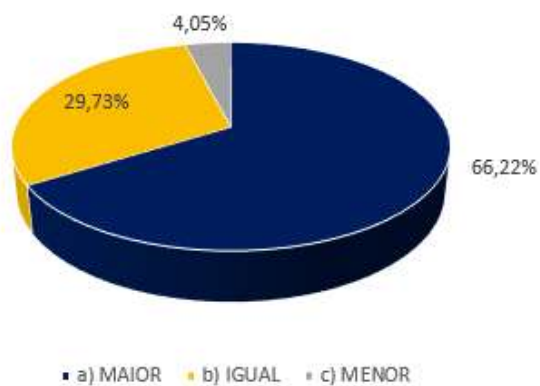


Figura 118 - Respostas pergunta 20 – descontadas as que não souberam informar



Figura 119 - Respostas pergunta 21

Comentários:

- Quantidade de respostas obtidas: a) 74; b) 31; c) 7; d) 3; e) 3
- A percepção de que o envolvimento do mercado no movimento de combate às *fake news* é necessário ou importante foi majoritário (89%).

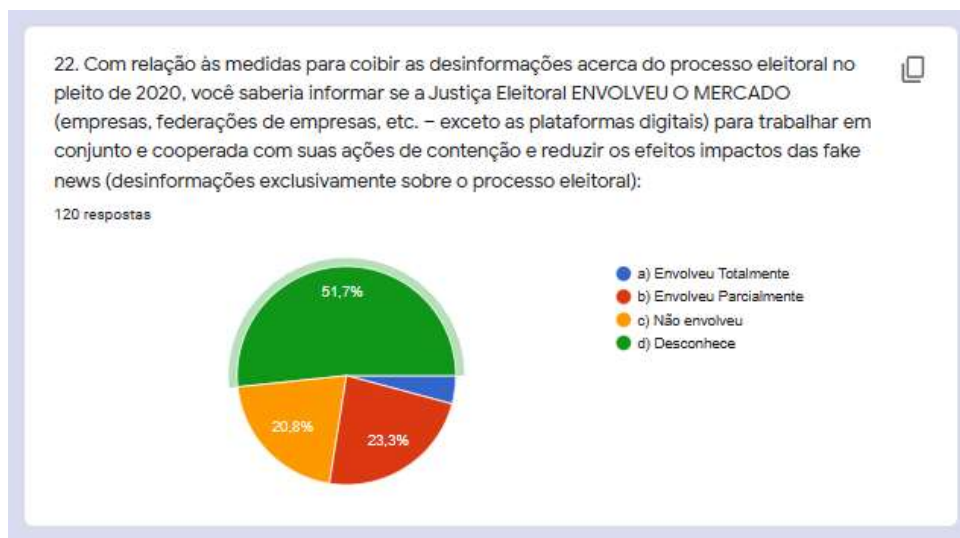


Figura 120 - Respostas pergunta 22

Comentários:

- Quantidade de respostas obtidas: a) 5; b) 28; c) 25; d) 62
- A maioria dos pesquisados desconhece o envolvimento do mercado pela Justiça Eleitoral no movimento de contenção das desinformações.

- Daqueles que possuem uma posição ou conhecimento de causa acerca da participação do mercado nas atividades da Justiça Eleitoral contra as *fake news*, a maioria contida (56,9%) percebeu o envolvimento total ou parcial, este em maior percentual (48,28%). Vide o gráfico:



Figura 121 - Respostas pergunta 22 – descontadas as que não souberam informar

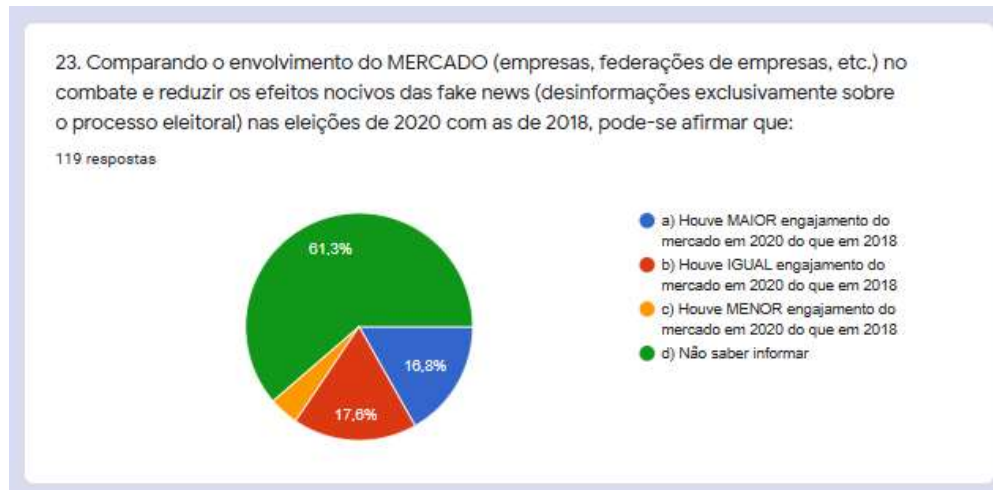


Figura 122 - Respostas pergunta 23

Comentários:

- Quantidade de respostas obtidas: a) 20; b) 21; c) 5; d) 73
- A maior parte dos pesquisados (61,3%) não souberam informar se houve uma diferença no envolvimento do mercado no combate às *fake news* entre os pleitos de 2018 e 2020.

- Descontando aqueles que não tinham informações para se manifestar, temos que a maioria (89,13%) entendeu que houve um maior (43,48%) ou igual (45,65%) engajamento do mercado em 2020 do que em 2018. Vide o gráfico:

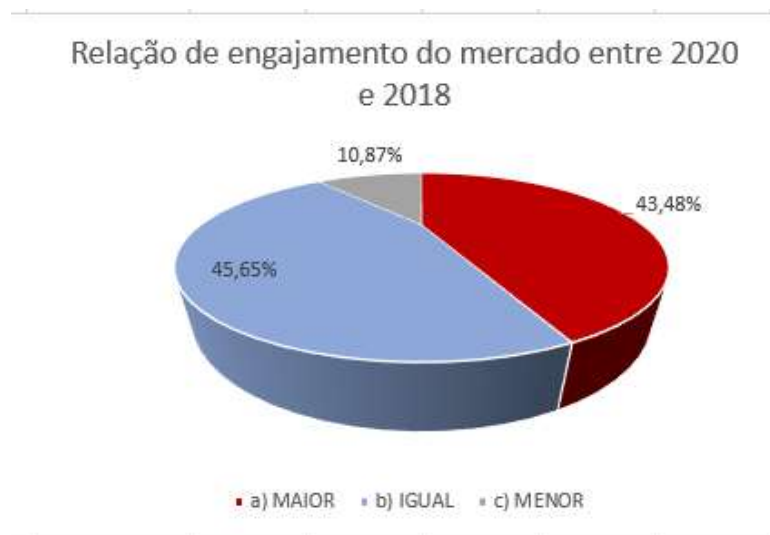


Figura 123 - Respostas pergunta 23 – descontadas as que não souberam informar

3.5 CONCLUSÕES - ADEQUAÇÃO E CONTRIBUIÇÃO DO MODELO REGULATÓRIO DO COMUNITARISMO DE REDE

O objetivo central desta pesquisa de campo foi verificar, a partir da percepção direta dos agentes eleitorais que estiveram envolvidos profissionalmente ou politicamente com o processo eleitoral, a adoção das linhas regulatórias do comunitarismo de rede concebidas por Murray, capitaneadas pela Justiça Eleitoral e a efetividade destas medidas.

A participação desejada para compor o corpo de pesquisados não alcançou a distribuição equalitária entre os agentes eleitorais escolhidos (juízes, promotores, servidores e advogados eleitorais), pelos motivos já descritos. Tampouco o grupo de respondentes pode ser distribuído proporcionalmente em termos geográficos, de gênero, de faixa etária e de tempo de experiência com o ambiente eleitoral, de maneira que representasse exata e estatisticamente o universo de operadores e partícipes do processo eleitoral.

Entretanto, entendo que o conteúdo obtido foi significativo, adequado e útil aos propósitos da pesquisa, pois teve representatividade de profissionais experientes (maioria, 68,3%, com mais de 10 anos no trato de questões eleitorais), com alta formação acadêmica (majoritariamente, 88,4%, composto de pós-graduados, mestres e doutores) com maturidade

(maioria, 75,8%, com mais de 40 anos de idade), com participação de participantes de 23 dos 27 estados da federação e que estiveram envolvidos diretamente com as eleições de 2018 e 2020.

Dentro da concepção regulatória de Murray, existe uma matriz ativa de indivíduos ou comunidades que agem em ora individualmente ou em rede, em ambiente autopoietico, com 4 forças (Direito-Estado, arquitetura, sociedade e mercado), que se interrelacionam em movimentos de estímulos e restrições e agem em um modelo em construção, baseado em “sucessos e fracassos nas intervenções regulatórias” (MURRAY, 2018, p. 166). Mesmo reconhecendo que há, atualmente, um desequilíbrio destas forças, na medida em que as plataformas possuem alto poder regulatório, por meio de seus algoritmos e ocupando as funções de gatekeepers, e atuam interrompendo “os fluxos de comunicação essenciais para que o comunitarismo em rede funcione de maneira eficaz” (p. 168), Murray destaca que está em curso um jogo destas forças, em meio às exigências do mercado, dos agentes legais e legislativos antimonopolistas, impulsionados pelas demandas da sociedade.

A partir dos estudos (da FGV/DAPP) e relatório (do TSE) trazidos em tópicos anteriores, pode-se verificar a evolução das formas e intensidades das *fake news* sobre o processo eleitoral e, também, dos esforços capitaneados pelo TSE em coordenar as demais forças regulatórias de Murray em uma frente de contenção e dissuasão da veiculação das desinformações. São palpáveis o aprimoramento dos mecanismos de combate, bem como do envolvimento de representantes destas forças regulatórias, pelo TSE, nesta ação repressora de informações falsas e deturpadoras da realidade.

Como o próprio Murray vaticinou, trata-se de um processo evolutivo e contínuo, com um embate constantes das forças que agem neste ambiente regulatório. Mesmo com o alto poder de manipulação e tratamento do fluxo de informações detidos pela plataformas, verificou-se uma aproximação e predisposição de agir em consonância com o poder público (Direito) em parceria. Poder-se-ia discutir o quão estas plataformas poderiam ter avançado nesta ação de combate às *fake news* e não o fizeram. Entretanto, não entendemos ser objeto deste estudo, pois trata-se de tema, ainda, pantanoso, onde os partícipes não têm certeza exata de qual seria este potencial, visto a confluência de direitos envolvidos, do alcance das medidas e da falta de consenso a respeito deste ponto.

O primeiro ponto a ser analisado na pesquisa de campo é a percepção das iniciativas para combater e diminuir a propagação de *fake news* sobre o processo eleitoral. Verificou-se que o tema foi amplamente acompanhado pela maior parte dos pesquisados. Outros pontos importantes também puderam ser observados, como o fato de que os respondentes apontaram

as iniciativas realizadas pela Justiça Eleitoral, da participação e a importância das forças regulatórias de Murray (o Direito – Justiça Eleitoral, as plataformas digitais, a sociedade e o mercado) para a repressão das desinformações no processo eleitoral. Ainda foi possível obter a percepção comparativa das iniciativas capitaneadas pelo Justiça Eleitoral de aprimoramento e efetividade na busca pela contenção dos efeitos nocivos das *fake news* sobre o processo eleitoral no eleitorado.

O importante para o objetivo deste trabalho foi perceber este movimento de aprimoramento contínuo dos mecanismos de combate às *fake news* e do envolvimento dos atores destas 4 forças regulatórias. Mesmo não constatando qualquer menção às ideias de Murray, o trabalho do TSE avançou no sentido de aglutinar estas forças e se constatou a percepção dos agentes eleitorais de que houve uma melhoria da efetividade no trato das desinformações. Houve, em nossa ótica, uma adequação e contribuição do modelo regulatório do comunitarismo de rede, mesmo que não revelado explicitamente, para a melhoria e maior efetividade do ambiente e de repressão e dissuasão da veiculação de desinformações.

Pelos levantamentos das respostas constatou-se que a Justiça Eleitoral se utilizou do engajamento das plataformas digitais, da sociedade civil e do mercado, de forma crescente, mais aperfeiçoada e efetiva, em 2020 em comparação às eleições de 2018. A detecção das ações vinculadas a cada força regulatória foi desigual, mas compatível com a importância do papel que cada uma figura no processo regulatório da Internet e, conseqüentemente, no combate às *fake news*. A preponderância e maior potencial operacional das plataformas neste desafio multifacetado de enfrentamento das desinformações é inegável. Em sequência decrescente de participação, a sociedade e o mercado atuam neste mesmo intento.

Os resultados obtidos por esta pesquisa de campo foram muito importantes para este estudo, pois convalidou as hipóteses lançadas, mesmo com todos os percalços e deficiências estatísticas, já apontadas. Entendo que este trabalho poderá subsidiar um aperfeiçoamento posterior, com um esforço de maior fôlego e profundidade para suprir tanto as lacunas deixadas quanto para a ampliação do escopo e espaço de pesquisa.

4 SUGESTÕES E PROPOSIÇÕES

A multicausalidade e complexidade que envolve as *fake news*, requerem ações diversas, endereçadas a públicos distintos, com estratégias próprias, tecnologias específicas e coercitividade particularizada a cada circunstância. Requer-se-á estudar e implementar uma combinação de ações regulatórias, educacionais, penais e de estímulos sociais e financeiros para que possam surtir efeitos bastantes para conter a pandemia da desinformação, disfunção

informativa ou *fake news*. Em última instância, entendo que diante das ameaças que a desinformação impõe, há necessidade de políticas e decisões governamentais e da sociedade civil para conter as desinformações. Neste diapasão, creio que merecem ser deixadas em registro, algumas das propostas apresentadas no Seminário Internacional Brasil-União Europeia (FUX, 2018) e pelo estudo realizado para o Conselho da Europa (WARDLE, 2017)³⁸:

- i) melhoria na qualidade da comunicação, de trabalho conjunto (empresas e plataformas de redes sociais, instituições, 3 poderes, imprensa);
- ii) a implementação de *soft regulation* e a corregulação;
- iii) criação de redes de *fact checkers*, alfabetização midiática, educação dos educadores;
- iv) remuneração dos produtores profissionais de conteúdo e empoderamento das empresas e profissionais de mídia profissional;
- v) identificação das *fake news* de origens estatais estrangeiras;
- vi) afastamento da censura;
- vii) transparência dos algoritmos;
- viii) discussão dos modelos de sustentação das plataformas digitais;
- ix) *accountability* das empresas de rede sociais e seus apoiadores, dentre outras.
- x) *Regulamentação*. Regulação responsiva, pelo estado, pelo mercado, corregulação e autorregulamentação aplicada em conjunto e a atinente a sintomas, grupos e características singulares;
- xi) *Educação informativa*. Criação de senso crítico desde a infância. Disseminar o olhar questionador para com as notícias;
- xii) *Coerção*. Medidas penais, de força tecnológica, policial e de autocomposição de entes da sociedade em prol da proteção da “verdade” ou de combate ao desvirtuamento informativo;
- xiii) *Fact Checkers, profissionalização e aprimoramento dos profissionais de imprensa*. Agregar cada vez mais ao cotidiano o crivo e a fonte confiável, que possa apurar em última instância o conteúdo da notícia;
- xiv) *Modelo de financiamento e sustentação econômica dos produtores de notícias*. Os oligopólios de produção de informação jornalística mundiais sofreram um revés em suas atividades, com precedentes apenas nas grandes crises globais. Entretanto, a característica do problema não é mais transitória, mas uma revolução tecnológica que corroeu vários pilares do modelo de sustentação destes players. Mas, consequências são sentidas, no

³⁸ apresentadas no Seminário Internacional Brasil-União Europeia - Fake News: Experiências e Desafios realizado no Tribunal Superior Eleitoral e pelo estudo realizado para o Conselho da Europa (WARDLE, 2017)

empobrecimento dos conteúdos, da volatilidade e imprecisão dos relatos, parcialidade e emotividade das informações e sua difusão. A imprensa precisa se reinventar. Não podemos prescindir dela, pois a sua atuação, quando imparcial, investigativa e profissional, constitui um pilar da democracia moderna. Novas formas de remuneração e financiamento da atividade jornalística e produção de conteúdo precisam ser discutidas, negociadas e implementadas.

À semelhança e reforçando as proposições acima, vale a pena listar as recomendações de BRITO CRUZ *et al* (p. 41 a 53) aos setores envolvidos, em consonância do que preconiza Andrew Murray, que consistem em propostas de implementação mais imediata e de curto prazo. Estão organizadas em tópicos dedicados à diferentes atores: os poderes do Estado (Legislativo, Judiciário e Executivo), o setor privado e o terceiro setor:

Ao Legislativo:

1. Proteção da liberdade de expressão na Internet e redução de incentivos à censura;
2. Atenção a garantias individuais e devido processo legal em propostas que visem investigações de ilícitos no meio digital;
3. Atualização de dispositivos sobre o uso de dados pessoais na Lei das Eleições;
4. Detalhar e aperfeiçoar as regras sobre ferramentas de marketing digital, regulamentando novas técnicas e ajustando as regras relativas ao “impulsioneamento de conteúdo”;
5. Aprimoramento do sistema de prestação de contas da Justiça Eleitoral sobre o marketing digital das campanhas;

Ao Judiciário:

6. Incorporação de regras de proteção de dados eleitorais pela regulamentação eleitoral;
7. Criação de unidades especiais no Ministério Público Eleitoral dedicadas à investigação de fraudes e comportamentos abusivos no meio digital, com um sistema de suporte a promotores pelo país;
8. Aperfeiçoamento da regulamentação eleitoral sobre ferramentas marketing digital;
9. Criação de guia de boas práticas sobre influenciadores e campanhas eleitorais;
10. Aprimoramento contínuo do sistema de prestação de contas da Justiça Eleitoral;
11. Aplicação da legislação antirracista no âmbito eleitoral, incluindo a decisão do Supremo Tribunal Federal no âmbito da ADO nº 26 e do MI nº 4.733;
12. Aprimoramento dos canais para denúncias e fiscalização de práticas ilícitas em campanhas;

Ao Executivo:

13. Oferecer, por meio da Autoridade Nacional de Proteção de Dados (ANPD) e dos demais órgãos, capacitação, expertise e recursos para a Justiça Eleitoral;
14. Incluir representação da sociedade civil e do Judiciário em debates sobre cibersegurança e segurança da informação;

Aos Provedores de aplicação de Internet:

15. Aprimoramento das ferramentas de transparência sobre marketing digital, incluindo dados mais detalhados sobre gastos com compra de mídia e parâmetros de microdirecionamento empregados;
16. Aprofundar a transparência sobre como são aplicados os termos de uso e políticas de comunidade em casos de moderação de conteúdos;
17. Priorização do combate às fraudes ao acesso à informação e ao uso indevido de dados pessoais por campanhas com transparência;

À Sociedade Civil:

18. Aplicar recursos em pesquisas interdisciplinares e na criação de redes de pesquisadores sobre campanhas políticas em rede;
19. Fortalecimento das práticas e políticas de segurança da informação das organizações sociais

Ruediger e Grassi (2019, p. 38) em conclusão ao relatório recomendam, com certa alusão às forças do comunitarismo de rede, que “**faz-se necessário constante diálogo entre os diferentes atores envolvidos: imprensa, plataformas, poder público, políticos, gestores**”, pois entende que a “desinformação pode suscitar poderosos impactos negativos nas democracias” e “rompe fronteiras e organiza polarizações que tendem a extremos, suprimindo possibilidades de consenso”.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho, sob o título de “A adequação e contribuição do modelo regulatório do comunitarismo de rede no combate às *fake news* sobre o processo eleitoral nas eleições de 2020”, partiu da hipótese de que a aplicação dos preceitos da teoria do comunitarismo de rede de Murray poderia ser observada, em um espectro estreito, referente ao esforço e efetividade de contenção dos efeitos deletérios das *fake news* sobre o processo eleitoral nas eleições de 2020. Foi lançada a perspectiva de que os resultados desta hipótese poderiam, de certa forma, convalidar a eficácia aplicada da proposta do comunitarismo de rede, no que tange à atuação

estruturada das forças regulatórias que a compõem. De forma objetiva, este estudo procurou responder a uma questão central: **se haveria adequação e contribuição do modelo regulatório do comunitarismo de rede, proposto por Andrew Murray, na efetividade do combate às *fake news* sobre o processo eleitoral, conduzido pela Justiça Eleitoral, por ocasião das eleições de 2020?**

Foi feito um esforço de contextualização do fenômeno das *fake news*, perpassando por aspectos históricos, conceituais, da inserção deste em movimentos econômicos e sociais globais e as formas de sua composição e atuação na Internet. Destacou-se a polêmica dos impactos das desinformações frente às garantias fundamentais e referenciado de que, em paralelo, havia movimentos regulatórios da Internet sendo concebidos e discutidos para refrear os efeitos deletérios das *fake news*, onde o comunitarismo de rede foi detalhado e utilizado para nortear todo o estudo. Do aprofundamento da teoria, pode-se identificar um desbalanceamento de forças regulatórias, frente ao poderio e protagonismo das plataformas no ciberespaço.

A realização da apuração de como se deram as eleições de 2018 e 2020, nos aspectos de atuação das *fake news* sobre o processo eleitoral e das intervenções para combatê-las, se trouxe um quadro mais detalhado de como foi travada a batalha de desmentir, prevenir as desinformações e minimizar os impactos destas sobre o eleitorado. Com a aplicação da pesquisa de campo, introduzimos uma visão empírica da percepção dos agentes que estiveram à frente com o processo eleitoral, sobre a importância das forças regulatórias do modelo do comunitarismo de rede e da efetividade das iniciativas de coordenação das ações de contenção das *fake news*.

Fazendo aqui uma síntese das conclusões parciais realizadas ao fim dos capítulos, temos que as *fake news* não podem ser tratadas como meros boatos circulados em bocas de comadres. Trata-se de um fenômeno em escala industrial e mundial, com efeitos preocupantes para as democracias, para direitos fundamentais, como a preservação da autonomia, autodesenvolvimento, liberdade de expressão, democracia ou soberania das nações. Ele não pode passar ao largo das instituições, pois as está colocando em risco.

Entretanto, é interessante a concepção da ciberregulação do comunitarismo de rede, em que seu mentor dá uma perspectiva, baseada nos sistemas autopoieticos, de autocomposição das forças que o estruturam, de um processo sempre em construção, por meio de constantes tentativas, sucessos e fracassos. Pode-se perceber o papel proeminente, poderoso, controverso e conflitante das plataformas digitais, que alguns apontam como desqualificador do modelo de Murray, mas que, em nosso entender, apenas reforça a sua concepção. Pois, demonstra que a pujança de uma das forças desencadeia um processo sistêmico de contraposição e busca de

equilíbrio pelas demais. Verifica-se os esforços do judiciário, legislativo e executivo, que pressionados pela sociedade e pelo mercado, buscam meios de contenção da atuação, por vezes irrestrita, das plataformas. Estes movimentos estão dentro da perspectiva prevista dos jogos de forças destes atores que formam subsistemas em um ambiente autopoietico na matriz regulatória de Murray. Mas pode-se perceber também os vasos comunicantes entre estes subsistemas que propiciam ações cooperadas entre si, que no caso em análise, buscaram atuar contra as desinformações sobre o processo eleitoral brasileiro em 2018 e 2020. E o que se procurou com a pesquisa de campo, com todas as suas limitações, foi refletir se estas ações, em conformação com a concepção comunitarista de rede, puderam ser percebidas e se elas contribuíram para o retesamento das perniciosidades oriundas das *fake news*.

Das desinformações não se tiram virtudes ou qualidades que possam ser defensáveis. Os objetivos são sorrateiros, de iludir, torcer os fatos em prol da supremacia de uma visão, da obtenção de poder a qualquer custo, da denegrição de pessoas, histórias, entidades e personalidades por motivos torpes, pelo ódio, rancor, inveja e de sentimentos baixos. Os impactos estão dividindo o mundo, distanciando pessoas, amigos e famílias; polarizando as populações; desconstruindo as estruturas da sociedade, sem edificarem algo de valoroso; desenterrando monstros do preconceito e da segregação social despudorada, há muito contidos.

O trabalho surgiu de uma percepção otimista, de que há caminhos possíveis para combater o mal - que não há mal que sempre dure. São tempos instáveis e de certezas não palpáveis, mas acreditamos na vocação da humanidade para o equilíbrio e o bem generalizado, pois o ganho de todos proporciona sentimentos civilizatórios sublimes. E a paz é lucrativa, desenvolvimentista, tranquilizadora, esperançosa.

O resultado de todo o trabalho nos pareceu positivo e alentador, pois sugere haver um lúmen de uma forma possível, por meio do comunitarismo de rede, de se enfrentar o desafio que este fenômeno impôs à humanidade, ainda que seja uma pesquisa incipiente, muito restrita e contextualizada, e requeira outras incursões mais aprofundadas e extensas para complementá-la, convalidá-la e aperfeiçoá-la.

ANEXO 01 – PARCEIROS DO PROGRAMA DE ENFRENTAMENTO À DESINFORMAÇÃO COM FOCO NAS ELEIÇÕES 2020 – ATÉ DEZEMBRO DE 2020

(TSE, 2021, p. 123)

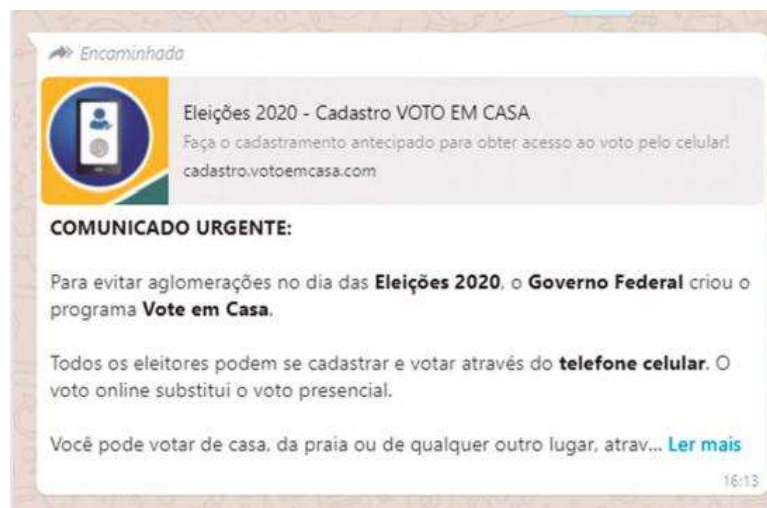
Seq.	Órgão/Instituição	Data da adesão
1	Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão (Abert)	30/8/2019
2	Associação Brasileira de Imprensa (ABI)	30/8/2019
3	Associação Brasileira de Internet (Abranet)	30/8/2019
4	Associação Brasileira de Rádio e Televisão (Abratel)	30/8/2019
5	Associação Brasileira de Provedores de Internet e Telecomunicações (Abrint)	30/8/2019
6	Associação Nacional de Jornais (ANJ)	30/8/2019
7	Agência aos Fatos	30/8/2019
8	Associação Acredito	30/8/2019
9	Associação Brasileira das Agências de Comunicação (Abracom)	30/8/2019
10	Associação InternetLab de Pesquisa em Direito e Tecnologia	30/8/2019
11	Boatos.org	30/8/2019
12	Comitê Gestor da Internet no Brasil (CGI.br)	30/8/2019
13	Instituto Palavra Aberta	30/8/2019
14	Instituto Update	30/8/2019
15	Ministério da Justiça e Segurança Pública	30/8/2019
16	Ministério Público Federal	30/8/2019
17	Conselho Federal da Ordem dos Advogados do Brasil (OAB)	30/8/2019
18	Partido Avante	30/8/2019
19	Partido Comunista do Brasil (PCdoB)	30/8/2019
20	Partido DC – Democracia Cristã	30/8/2019
21	Partido Democratas	30/8/2019
22	Partido Renovador Trabalhista Brasileiro (PRTB)	30/8/2019
23	Partido Solidariedade	30/8/2019
24	Partido Progressistas (PP)	30/8/2019
25	Partido Republicanos	30/8/2019
26	Partido Trabalhista Brasileiro (PTB)	30/8/2019
27	Politize!	30/8/2019
28	Safernet Brasil	30/8/2019
29	Sociedade Brasileira de Computação (SBC)	30/8/2019
30	Secretaria Executiva do Comitê Nacional do Movimento de Combate à Corrupção Eleitoral (MCCE)	30/8/2019
31	Agência Lupa	30/8/2019
32	Partido Social Cristão (PSC)	30/8/2019
33	Partido Podemos (Pode)	30/8/2019

Seq.	Órgão/Instituição	Data da adesão
34	Partido Democrático Trabalhista (PDT)	30/8/2019
35	Gabinete de Segurança Institucional da Presidência da República (GSI)	4/9/2019
36	Instituto Não Aceito Corrupção (Inac)	8/10/2019
37	Twitter Brasil Rede de Informação Ltda.	17/10/2019
38	WhatsApp Inc.	21/10/2019
39	Facebook Serviços Online do Brasil Ltda.	22/10/2019
40	Google Brasil Internet Ltda.	22/10/2019
41	Associação Nacional de Editores de Revistas (Aner)	5/11/2019
42	Um a Mais Serviços de Tecnologia e Consultoria Ltda.	1º/10/2019
43	Tribunal de Contas da União (TCU)	26/11/2019
44	Academia Brasileira de Direito Eleitoral e Político (Abradep)	27/11/2019
45	Instituto Liberdade Digital (ILD)	27/11/2019
46	Freitas e Bittencourt Sociedade de Advogados	3/12/2019
47	Conselho Nacional dos Procuradores-Gerais do Ministério Público dos Estados e da União (CNPGE)	28/11/2019
48	Grupo Nacional de Coordenadores Eleitorais (GNACE)	28/11/2019
49	Instituto Nacional de Ciência e Tecnologia em Democracia Digital (INCT.DD)	18/2/2020
50	Redes Cordiais	11/5/2020
51	Senado Federal	27/6/2020
52	Instituto Tecnologia e Equidade (IT&E)	10/9/2020
53	Fundação Getúlio Vargas (FGV)	22/9/2020
54	Globo Comunicação e Participação S.A.	26/9/2020
55	Editora Globo S.A.	
56	Rádio Excelsior S.A.	
57	Sindicato Nacional das Empresas de Telefonia e de Serviço Móvel Celular e Pessoal (Sinditelebrasil; atual Conexis Brasil Digital)	29/9/2020
58	Byte Dance Brasil Tecnologia Ltda. (TikTok)	30/9/2020
59	Brasil Serviços de Valor Adicionado Ltda. (Infobip)	1º/10/2020
60	Clube Associativo dos Profissionais de Marketing Político (Camp)	7/10/2020
61	Instituto Tecnologia e Sociedade (ITS Rio)	9/10/2020
62	Fundação João Mangabeira (FJM)	16/10/2020
63	The Atlantic Council's Digital Forensic Research Lab (DFRLab)	21/10/2020
64	Bluetrix Tecnologia Ltda.	23/10/2020
65	Avaaz	27/10/2020
66	Instituto Igarapé	23/11/2020

ANEXO 02 - DEZ CASOS EMBLEMÁTICOS DO FUNCIONAMENTO DA REDE DE MONITORAMENTO DE PRÁTICAS DE DESINFORMAÇÃO CONTRA O PROCESSO ELEITORAL

(TSE, 2021, p. 80 a 95)

Caso 1: Programa Voto em Casa – Phishing



1. **Apontamento:** mensagem encaminhada por WhatsApp com comunicado falso sobre a criação, pelo Governo Federal, do programa Voto em Casa, para evitar aglomerações nas Eleições 2020, permitindo o voto pelo telefone celular, em substituição ao voto presencial. O apontamento foi reportado por mais de um Tribunal Regional Eleitoral.

2. **Quebrando o problema:** classificou-se a mensagem como desinformação contra o Processo Eleitoral, definiu-se que constituía potencial ilícito eleitoral e identificou-se tratar-se de caso de phishing (isto é, de crime cibernético, no qual atacantes buscam manipular as pessoas a revelar dados e informações confidenciais). O recebimento do apontamento por diversos TREs indicava que o conteúdo fraudulento já circulava em várias unidades da federação, apresentando repercussão que justificava a atuação.

3. Encaminhamentos:

- Encaminhamento à Ascom/TSE, para elaboração de nota de esclarecimento oficial;
- Encaminhamento à Coalizão, para verificação do conteúdo pelas agências de checagem;
- Encaminhamento ao provedor de hospedagem, para retirada do conteúdo do ar;
- Encaminhamento (i) ao Centro de Estudos, Resposta e Tratamento de Incidentes de Segurança no Brasil (CERT.br), Grupo de Resposta a

Incidentes de Segurança (CSIRT) de Responsabilidade Nacional, mantido pelo Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR - NIC (NIC.br), do Comitê Gestor da Internet no Brasil (CGI.br); (ii) ao Centro de Prevenção, Tratamento e Resposta a Incidentes Cibernéticos de Governo (CTIR Gov), integrante do Departamento de Segurança de Informação (DSI) do Gabinete de Segurança Institucional da Presidência da República (GSI/PR); e (iii) ao Serviço Federal de Processamento de Dados (Serpro), empresa pública de tecnologia da informação, para tratamento do incidente;

- Encaminhamento à Polícia Federal, para apuração do ilícito.

4. Resultados:

- O site <https://cadastro.votoemcasa.com.br/2020/> foi retirado do ar;
- Publicação de nota de esclarecimento oficial pelo TSE: <https://www.tse.jus.br/imprensa/noticias-tse/2020/Novembro/nota-de-esclarecimento-sobre-comunicado-falso-de-cadastro-para-voto-em-casa>;
- Publicação de diversas checagens de fato pelas agências integrantes da Coalizão: E-Farsas, Boatos.org, Lupa, Fato ou Fake, AFP e UOL Confere;
- Publicação dos links para as checagens na página Fato ou Boato da Justiça Eleitoral: governo federal não criou programa Voto em Casa; cadastro é falso e pode trazer riscos”;
- Investigação aberta pela Polícia Federal.

5. **Nova prática:** definição de protocolo para encaminhamento dos casos de phishing por meio de desinformação contra o Processo Eleitoral.

Caso 2: Venda de dados pessoais para disparo em massa nas eleições

The image shows two screenshots of a WhatsApp advertisement. The top screenshot is a promotional message with a green header 'ELEIÇÕES 2020' and a WhatsApp logo. The text reads: 'POSSUIMOS NUMEROS DE WHATSAPP DA SUA CIDADE SEPARADOS POR BAIROS' and 'A-Z'. It lists prices for data packages: 5.000 contacts for R\$ 500.00, 10.000 for R\$ 1.000.00, 20.000 for R\$ 1.800.00, and 'Acima de 20.000 - Solicitar Orcamento'. The website 'www.bombrasil.net' is mentioned. The bottom screenshot shows the contact information for 'Bom - Brasil Ltda', including a phone number '011-20142-2020' and a WhatsApp contact 'contato@bombrasil.net'.

1. **Apontamento:** anúncio de venda de banco de dados de números de WhatsApp de eleitores para candidatos e campanhas eleitorais, para fins de disparo em massa de mensagens. O apontamento foi reportado em matéria publicada na Folha de São Paulo, disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2020/10/empresas-burlam-regras-e-mantem-disparos-em-massa-de-mensagens-eleitorais.shtml>.

2. **Quebrando o problema:** classificou-se o anúncio como potencial ilícito eleitoral (violação à proibição de venda de cadastro de endereços eletrônicos e à vedação de disparo em massa de mensagens).

3. **Encaminhamentos:**

- Encaminhamento ao MPE, para apuração do ilícito;
- Encaminhamento ao WhatsApp.

4. **Resultados:**

- Abertura de investigação pelo MPE e expedição de recomendação aos partidos sobre o ilícito (<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2020/10/ministerio-publico-abre-investigacao-sobre-disparos-em-massa-na-eleicao-municipal.shtml>);
- Envio de notificação extrajudicial pelo WhatsApp à empresa para interrupção da atividade violadora dos termos de uso do aplicativo (<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2020/10/empresas-burlam-regras-e-mantem-disparos-em-massa-de-mensagens-eleitorais.shtml>).

5. **Nova prática:** os parceiros do programa foram alertados sobre a ocorrência e sobre a necessidade de atenção ao tema.

Caso 3: Aplicativo não autorizado para disparo em massa via WhatsApp



1. **Apontamento:** identificação de aplicativo para realização de disparo em massa via WhatsApp (GBWhatsApp), não autorizado pelo WhatsApp Inc., e oferecido de maneira irregular fora das lojas oficiais de aplicativos. O apontamento foi reportado por cidadão à STI/TSE.

2. **Quebrando o problema:** classificou-se o aplicativo como instrumento para disparo em massa de mensagens e, portanto, potencial prática de ilícito eleitoral (violação à vedação de disparo em massa de mensagens).

3. **Encaminhamentos:**

- Encaminhamento ao WhatsApp, para tomar medidas contra o uso indevido do aplicativo;
- Encaminhamento ao Ministério Público Eleitoral.

4. **Resultados:**

- Não foi possível detectar o funcionamento do aplicativo durante o Processo Eleitoral;
- Ministério Público Eleitoral da 1ª Zona Eleitoral de São Paulo abriu procedimento investigatório que levou a empresa a retirar a oferta de serviços.

5. **Nova prática:** encaminhamento às plataformas de informações sobre programas adulterados ou aplicativos não oficiais, para permitir que adotassem medidas contra a infração de termos de uso estabelecidos.

Caso 4: Vídeo com desinformação reciclada postado por influenciador digital



1. **Apontamento:** um executivo e influenciador digital com grande número de seguidores publicou vídeo no Twitter no qual dois policiais militares do Distrito Federal fazem relato de supostas irregularidades em urnas eletrônicas. O apontamento foi reportado pelo TRE/RJ.

2. **Quebrando o problema:** verificou-se que o vídeo continha desinformação antiga, reciclada das Eleições 2018, que já havia sido objeto de checagens e de ampla apuração pelo Ministério Público. A apuração ocasionou a condenação dos envolvidos pelo crime de perturbação dos trabalhos eleitorais, considerando que as ações dos policiais reforçaram *fake news* relativas a fraude eleitoral. A notícia falsa já havia sido esclarecida pelo TSE em 2018: <https://www.tse.jus.br/hotsites/esclarecimentos-informacoes-falsas-eleicoes-2018/policiais-militares-divulgamirregularidades-urnas-eletronicas-df.html>. Verificou-se também que o vídeo voltou a circular no WhatsApp.

3. **Encaminhamento:**

- Encaminhamento à Ascom/TSE, para elaboração de nota de esclarecimento oficial;
- Encaminhamento à Coalizão;
- Encaminhamento ao Twitter.

4. **Resultados:**

- A publicação foi sinalizada pela plataforma com a etiqueta “essa reivindicação de fraude é contestada”;
- O Twitter criou um Moments, permitindo a compreensão sobre o que ocorreu no caso, por meio de diversos tweets, incluindo postagens com as verificações por agências de checagem, bem como esclarecimentos fornecidos pelo TSE sobre a segurança do processo de votação. Veja aqui: <https://twitter.com/i/events/1318688256586739712?s=12>;

O que você precisa saber

- Voltou a circular um vídeo de dois PMs denunciando uma suposta fraude nas eleições de 2018 no DF.
- A acusação é falsa, segundo o TSE e agências de checagem. Na época, o tribunal explicou que houve "desconhecimento técnico" do colaborador que acionou a polícia.
- Acusados de crime eleitoral pelo Ministério Público, os PMs fizeram um acordo com a Justiça.



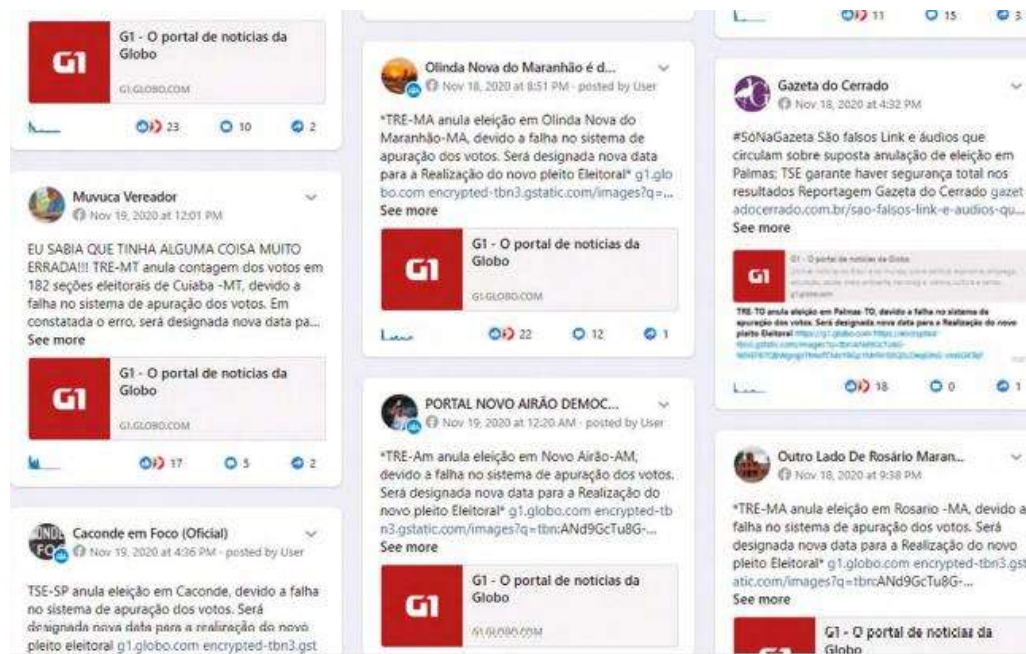
Vídeo foi feito em 7 de outubro de 2018, durante as eleições presidenciais, e foi desmentido pelo TSE seis dias depois. Ele tem voltado a circular às vésperas do pleito municipal deste ano. Policiais que divulgaram o boato foram denunciados por crime eleitoral e fizeram um acordo.

Fonte: G1.

- Após contato da Ascom/TSE, o perfil que realizou a publicação retratou-se em novo tweet;
- Publicação de notícia com esclarecimento oficial pelo TSE: <https://www.tse.jus.br/imprensa/noticias-tse/2020/Outubro/nota-de-esclarecimento-sobre-2018fakes2019-de-2018-envolvendo-urnas-que-voltaram-a-circular-nos-ultimos-dias>;
- Publicação de diversas checagens de fato pelas agências integrantes da Coalizão: Aos Fatos, Boatos.org, Lupa, Fato ou Fake, AFP e Estadão Verifica;
- Publicação dos links para as checagens na página Fato ou Boato da Justiça Eleitoral: Fakes de 2018 sobre urnas voltam às redes, mas já foram desmentidas.

5. **Nova prática:** criou-se nova possibilidade de encaminhamento no caso de publicações de conteúdos desinformativos, qual seja, o contato direto com influenciadores ou veículos de imprensa responsáveis pela postagem, a fim de transmitir informações corretas e esclarecimentos.

Caso 5: Posts com informação falsa sobre cancelamento das eleições por suposta falha no sistema de apuração de votos



1. **Apontamento:** diversos posts publicados no Facebook alegaram falsamente que TREs cancelaram ou anularam a votação ocorrida no primeiro turno das Eleições 2020 em diversas cidades, por falhas no sistema de apuração de votos. Foram identificadas mensagens semelhantes relativas a diferentes municípios e vários estados (incluindo Amazonas, Bahia, Espírito Santo, Goiás, Maranhão, Minas Gerais, Pernambuco e Paraná). A mensagem continha link falso para conhecido portal de notícias, que avisava, a quem clicava, que se tratava de mentira.

2. **Quebrando o problema:** verificou-se que as publicações continham desinformação com potencial efeito de supressão de votos.

3. Encaminhamento:

- Encaminhamento à Ascom/TSE, para elaboração de nota de esclarecimento oficial;
- Encaminhamento à Coalizão;
- Encaminhamento ao Facebook.

4. Resultados:

- O Facebook disponibilizou a ferramenta Megafone na plataforma para reforçar aos seus usuários a data de realização do segundo turno das eleições;
- Publicação de nota de esclarecimento oficial pelo TSE: <https://www.tse.jus.br/imprensa/noticias-tse/2020/Novembro/nota-de-esclarecimento-sobre-noticias-falsas-a-respeito-de-anulacao-de-eleicoes>;
- Publicação de diversas checagens de fato pelas agências integrantes da Coalizão: Boatos.org, Fato ou Fake e Lupa;
- Publicação dos links para as checagens na página Fato ou Boato da Justiça Eleitoral: Eleições pelo país não foram anuladas por fraude nas urnas ou na apuração;

5. **Nova prática:** possibilidade de adoção, pelas plataformas, de soluções tecnológicas de contrainformação imediata de grande alcance.

Caso 6: Publicação sobre ataque cibernético com vazamento de dados administrativos





1. **Apontamento:** publicação, realizada no dia do primeiro turno das Eleições 2020, por grupo hacker, que noticiava incidente cibernético com vazamento de dados administrativos do TSE, bem como outras postagens repercutindo o evento.

2. **Quebrando o problema:** verificou-se que o ataque cibernético e o vazamento dos dados administrativos configuravam ilícitos criminais. Além disso, identificou-se que a alegada invasão de sistemas administrativos do Tribunal ocorreu em data anterior à realização do pleito, de modo que a publicação continha desinformação sobre o momento do ataque, com o objetivo de afetar a credibilidade do sistema eletrônico de votação e prejudicar as Eleições 2020.

3. Encaminhamentos:

- Encaminhamento à Polícia Federal, para apuração dos fatos e identificação de autoria;
- Encaminhamento ao Ministério Público Eleitoral;
- Encaminhamento à Ascom/TSE, para elaboração de nota de esclarecimento oficial;
- Encaminhamento à Coalizão; • Encaminhamento às plataformas envolvidas (Twitter e Facebook);
- Encaminhamento à Safernet, parceira do Programa, que é referência no enfrentamento aos crimes e violações aos direitos humanos na Internet, para acompanhamento dos desdobramentos nas redes.

4. Resultados:

- O Twitter suspendeu a conta do grupo que reivindicou o ataque por violar as políticas da plataforma;
- Realização de coletiva de imprensa pelo presidente do TSE para esclarecer que as tentativas de ataques cibernéticos não tiveram o

potencial de interferir no resultado das eleições e não eram capazes de atingir as urnas eletrônicas;

- Divulgação, pelo TSE, de nota técnica sobre a causa do episódio de atraso na totalização dos votos: <https://www.tse.jus.br/imprensa/noticias-tse/2020/Novembro/tse-divulga-nota-tecnica-sobre-o-atraso-da-totalizacao-dos-votos-no-primeiro-turno>;
- Publicação de diversas checagens de fato pelas agências integrantes da Coalizão: Comprova, AosFatos, Estadão Verifica, Boatos.org, Lupa, Fato ou Fake e AFP;
- Publicação dos links para as checagens na página Fato ou Boato da Justiça Eleitoral: Tentativa de ataque hacker ao TSE não viola segurança das urnas;
- Instauração de inquérito policial pela Polícia Federal;
- Instituição da Comissão de Segurança Cibernética do Tribunal Superior Eleitoral, pela Portaria-TSE nº 829/2020, para acompanhar o inquérito da Polícia Federal sobre ataques cibernéticos no dia do primeiro turno da eleição municipal de 2020 (15/11) e monitorar ameaças e ataques cibernéticos ao TSE e à Justiça Eleitoral;
- Antes da data do segundo turno, a Polícia Federal deflagrou operação para desarticular associação criminosa que teria promovido a invasão aos sistemas administrativos do TSE, que foi divulgada no primeiro turno das Eleições 2020, resultando no cumprimento, no Brasil, de três mandados de busca e apreensão e de três medidas cautelares de proibição de contato entre investigados, e, em Portugal, de um mandado de prisão e um mandado de busca e apreensão.

5. **Nova prática:** para lidar com ameaças cibernéticas e as narrativas falsas e fraudulentas que surgem a partir de incidentes dessa natureza, foi estruturado no TSE o Comitê de Ciberinteligência, detalhado a seguir.

Caso 7: Publicação com incentivo ao absenteísmo por meio de tentativa de burlar exigências para justificativa eleitoral no aplicativo e-Título



1. **Apontamento:** divulgação de vídeo que supostamente ensinaria como burlar a exigência de estar fora da circunscrição eleitoral, necessária para a justificativa de ausência às urnas, via aplicativo e-Título. O tutorial buscava ensinar a alteração da localização por georreferenciamento, com auxílio de aplicativo chamado Fake GPS location.

2. **Quebrando o problema:** identificou-se caso de desinformação com incentivo ao absenteísmo e à supressão de votos.

3. **Encaminhamento:** envio à plataforma envolvida (YouTube).

4. **Resultado:** o vídeo foi retirado do ar pelo YouTube por violação às políticas da plataforma.

5. **Nova prática:** verificou-se a necessidade de reforçar as campanhas institucionais de incentivo ao voto e ao comparecimento às urnas.

Caso 8: Vídeo com alegação falsa de divergência entre boletim de urna e resultado do TSE



1. **Apontamento:** vídeo que mostra suposta divergência nos votos recebidos por um candidato, na cidade de Rio Branco/AC, por meio da comparação de um boletim de urna impresso com o resultado divulgado pelo aplicativo do TSE, com alegação de fraude e da necessidade de adoção de providências. O vídeo circulou em diversas redes sociais, incluindo Facebook, Instagram e Twitter.

2. **Quebrando o problema:** verificou-se tratar-se de desinformação, com falsa alegação de fraude. Isso porque o vídeo faz uma comparação entre resultados obtidos pelo candidato em zonas eleitorais diferentes. No aplicativo do TSE, mostrado em um aparelho de celular, a zona eleitoral informada é a de número 9, mas o boletim de urna reflete dados da zona de número 1, o que justifica a divergência de informações.

3. **Encaminhamento:**

- Encaminhamento ao TRE/AC, para apuração e esclarecimento;
- Encaminhamento à Ascom/TSE, para elaboração de nota de esclarecimento oficial;
- Encaminhamento à Coalizão;

- Encaminhamento às plataformas envolvidas (Facebook, Instagram e Twitter).

4. Resultado:

- Publicação de nota de esclarecimento oficial pelo TSE: <https://www.tse.jus.br/imprensa/noticias-tse/2020/Novembro/nota-de-esclarecimento-sobre-video-que-compara-dados-de-boletim-de-urna-e-aplicativo-do-tse>;
- Publicação de diversas checagens de fato pelas agências integrantes da Coalizão: E-Farsas, Lupa, Aos Fatos, AFP e Fato ou Fake;
- Publicação dos links para as checagens na página Fato ou Boato da Justiça Eleitoral: Vídeo que mostra divergência entre boletim de urna impresso e sistema do TSE é enganoso;
- Alguns dos conteúdos foram removidos das plataformas, alguns sofreram inclusão de aviso de conteúdo falso e outros foram mantidos.

5. **Nova prática:** não foi registrada nova prática.

Caso 9: Perfil com uso indevido de logotipo do TSE para realizar enquete

1. **Apontamento:** perfil no Instagram, com logotipo das Eleições 2020 e do TSE, com link para realização de enquete sobre vereadores de municípios no Piauí. O apontamento foi reportado pelo TRE/PI.

2. **Quebrando o problema:** verificou-se tratar-se de caso de desinformação, por meio de uso enganoso de logotipo/identidade do TSE para estimular usuários a completar enquete, com potencial de caracterizar perfil falso e ilícito eleitoral.

3. Encaminhamento:

- Encaminhamento à plataforma envolvida (Instagram);
- Intercâmbio de informações com o TRE/PI para providências.

4. Resultado:

- Instagram retirou a página/perfil do ar;
- TRE/PI encaminhou o caso ao MPE para apuração.

5. **Nova prática:** não foi registrada nova prática.

Caso 10: Vídeo com suposta demonstração de possibilidade de fraude na urna eletrônica pelo uso de protótipo caseiro



1. **Apontamento:** vídeo que circulava em redes sociais e aplicativos de mensagens no qual se usa um protótipo caseiro de urna eletrônica para alegar suposta facilidade de fraudar as urnas eletrônicas e alterar a destinação dos votos. O vídeo foi postado no YouTube e replicado por vários usuários, inclusive em aplicativos de mensageria privada e em outras plataformas, como o Facebook.

2. **Quebrando o problema:** verificou-se tratar-se de caso de desinformação, a partir de uso de protótipo, que em nada se assemelha à urna eletrônica real utilizada pela Justiça Eleitoral nem possui os mesmos recursos de segurança, para gerar narrativa de fragilidade das urnas eletrônicas e facilidade de fraudes. Identificou-se potencial de repercussão do conteúdo, que já contava com mais de 15 mil compartilhamentos no Facebook.

3. **Encaminhamento:**

- Encaminhamento a Ascom/TSE, para elaboração de nota de esclarecimento oficial;
- Encaminhamento à Coalizão;
- Encaminhamento às plataformas envolvidas (YouTube, Instagram e Facebook).

4. **Resultado:**

- O Facebook incluiu, em diferentes publicações com o vídeo, a etiqueta Sem contexto, com alerta de que “as mesmas informações foram conferidas por verificadores de fatos independentes em outra publicação”, e indicando link para checagem de fato e explicando que

“verificadores de fatos independentes afirmam que essa informação está sem contexto e pode enganar as pessoas”. Confira exemplo da etiquetagem: <https://www.facebook.com/groups/924175858008818/permalink/1060526411040428/>;

- O YouTube não adotou medidas em relação às diversas publicações do vídeo em sua plataforma, por considerar que o conteúdo do vídeo não violava suas políticas;
- Publicação de nota de esclarecimento oficial pelo TSE: <https://www.tse.jus.br/imprensa/noticias-tse/2020/Novembro/nota-de-esclarecimento-sobre-video-com-suposto-sistema-para-fraudar-urna-eletronica>;
- Publicação de diversas checagens de fato pelas agências integrantes da Coalizão: Boatos.Org, Aos Fatos, Lupa, Fato ou Fake e Comprova;
- Publicação dos links para as checagens na página Fato ou Boato da Justiça Eleitoral: Vídeo não prova que sistema da urna pode ser fraudado;
- O youtuber que fez a publicação original deletou o vídeo de seu canal e publicou um novo, no qual afirmava que a publicação anterior não se referia a uma urna real, que não alegou a existência de fraude às urnas e que seu vídeo teria sido editado maliciosamente, com remoção de trechos, para sugerir a demonstração de real possibilidade de fraude.

5. **Nova prática:** não foi registrada nova prática.

**Rede de monitoramento de práticas de
desinformação contra o Processo Eleitoral – Resultados**

Foram analisados 752 apontamentos relativos a conteúdos desinformativos e tratados de modo a minimizar seus efeitos negativos sobre o Processo Eleitoral.

ANEXO 03 – OPERACIONALIZAÇÃO DA PESQUISA DE CAMPO

PREPARAÇÃO E VALIDAÇÃO DO FORMULÁRIO

- Desde a concepção inicial do questionário, este foi submetido às críticas em três rodadas de avaliação. A primeira submissão foi destinada a um público de leigos, de poucas pessoas, para se conhecer da facilidade de entendimento, do manejo do questionário e clareza dos enunciados. Após a incorporação das sugestões e críticas, o formulário eletrônico foi encaminhado a conhecidos, em maior número, envolvidos com o Judiciário, do ambiente eleitoral, de outras áreas técnicas ou que tinham experiência na montagem de questionários (pós-graduados e mestres). Uma vez absorvidas as proposições e devolutivas, o formulário foi enviado a várias pessoas que participaram das rodadas anteriores para que os avaliadores fizessem a convalidação final. Por fim, esta versão resultante foi encaminhada ao professor orientador e outros, para apreciação. Em respostas e críticas pontuais, algumas alterações foram incorporadas e, no geral, foi considerado adequado aos objetivos propostos.
- Utilizou-se o Google Forms

CAPTAÇÃO DOS DESTINATÁRIOS

- Necessidade de no mínimo 50 respostas válidas - número definido junto ao professor orientador como base necessária para dar consistência à pesquisa;
- Baseado em experiência própria e em dados obtidos junto a pesquisadores que realizaram este tipo de survey, foi feita uma projeção de que apenas 1% dos emails e solicitações enviadas seriam respondidas;
- Desta forma, para se obter 50 respostas válidas, número definido como base mínima, ter-se-ia de enviar para, no mínimo, 5000 agentes do processo eleitoral;
- Havia uma expectativa de que, em razão de possuímos vários conhecidos no meio eleitoral, teríamos facilidade na obtenção de listas de agentes. Não foi concretizado, pois as pessoas não tinham a disponibilidade, em razão de normas atinentes à LGPD, ou não mais estavam em posição elevada nas estruturas dos órgãos buscados. Entretanto, em Tocantins, onde atuamos por vários anos na Justiça Eleitoral, vários amigos que se dispuseram a ajudar no preenchimento e difusão pelos grupos de WhatsApp;

- Foi necessário obter os endereços de email públicos nos sites dos órgãos. Levantou-se 7.658 endereços, buscando o público variado e bem distribuído entre os agentes (políticos, juízes, servidores, promotores e advogados) e geograficamente, seguindo a seguinte distribuição final:

Órgão	Servidores	Juízes	Promotores	Políticos	Total
TSE	98	8			106
TRE-RS	51	51	51		153
TRE-SC	74	21	21		116
TRE-PR	228	187	187		602
TRE-SP	144	130	130		404
TRE-RJ	270	167	165		602
TRE-MG	70	75	70		215
TRE-ES	127	55	50		232
TRE-SE	77	48	61		186
TRE-RN	112	69	60		241
TRE-PI	170	54	49		273
TRE-PE	83	41	41		165
TRE-PB	78	78	69		225
TRE-MA	164	114	113		391
TRE-CE	143	84	73		300
TRE-BA	85	37	31		153
TRE-AL	43	47	43		133
TRE-MS	49	49	49		147
TRE-GO	92	92	92		276
TRE-DF	40	45	18		103
TRE-TO	30	42	33		105
TRE-AC	14	14	9		37
TRE-AP	10	10	30		50
TRE-PA	45	49	45		139
TRE-RO	26	26	26		78
TRE-AM	61	136	135		332
TRE-RR	8	20	8		36
TRE-MT	57	71	59		187
Senado				79	79
Câmara dos Deputados				514	514
Assembleias Estaduais				1.078	1.078
TOTAIS	2.449	1.820	1.718	1.671	7.658

Tabela 14 - Distribuição dos Formulários entre os agentes do Processo Eleitoral

- Utilizou-se também a estratégia de solicitar aos órgãos para que submetessem internamente o formulário por meio de link;

Solicitações de apoio a Entidades e fontes	Presidentes	Ouvidores	Chefes de Gabinetes	Corregedore	Secretários	Outros	Total
TSE	1	1	1	1	1		5
Partidos Políticos	36						36
OAB	27						27
IBRADE - Instituto Brasileiro de Direito Eleitoral	1						
IBRADEP - Academia Brasileira de Direito Eleitoral e Político	1						
TREs	27	27	14	27	27		122
CNJ	1	2		1	1		5
Partidos Políticos	36						36
Amigos (Whatsapp)						20	20
Grupos (Whatsapp)						5	5
Congresso Nacional	2						2
Assembleias Legislativas	27						27
Totais	130	30	15	29	29	20	285

Tabela 15 - Órgãos solicitados para distribuição do formulário

UF	Deputados Estaduais
AC	25
AL	27
AM	23
AP	23
BA	59
CE	50
DF	24
ES	29
GO	40
MA	37
MG	76
MS	23
MT	29
PA	40
PB	38
PE	48
PI	29
PR	59
RJ	68
RN	23
RO	27
RR	23

RS	54
SC	39
SE	23
SP	92
TO	23
Presidentes das Assembleias	27
TOTAL	1.078

Tabela 16 - Distribuição entre as Assembleias Estaduais e Câmara Distrital

- A grande maioria dos cartórios eleitorais não disponibilizava o endereço de email específico do chefe de cartório, do juiz e promotor eleitoral, mas tão somente o email geral da zona eleitoral. Foi necessário o envio de 3 emails para o mesmo endereço, porém, destinando a cada um dos 3 agentes em separado.

ENVIO

- Após pesquisa em busca de uma ferramenta para a remessa dos emails, que fosse de baixo custo e funcional, foi escolhida e utilizada a Wix.com, especializada em campanhas publicitárias, para o disparo de emails em massa. A necessidade de utilização deste tipo de ferramenta se deu em razão da constatação de que o envio direto pelos servidores de emails possuem limites diários de pequenas quantidades de disparos, além de que a campanha iria ser considerado spam pelas plataformas digitais, o que interromperia toda a iniciativa;
- Entretanto, o Wix não aceitou o disparo de 3 emails (chefe de cartório, juiz e promotor eleitoral) para o mesmo endereço geral da zona eleitora. Foi necessário a contratação de 3 contas distintas, mas que em certo momento a ferramenta cancelou uma delas por entender que se tratava de spam. Houve a necessidade de informar a real intenção da pesquisa e negociar com os gestores do site;
- A ferramenta, apesar de ter a lista de destinatários definida e depurada, deixou de enviar alguns emails, sem que soubesse a razão específica para tanto.

Parlamentares:



Figura 124 – Envio aos Parlamentares

Promotores:

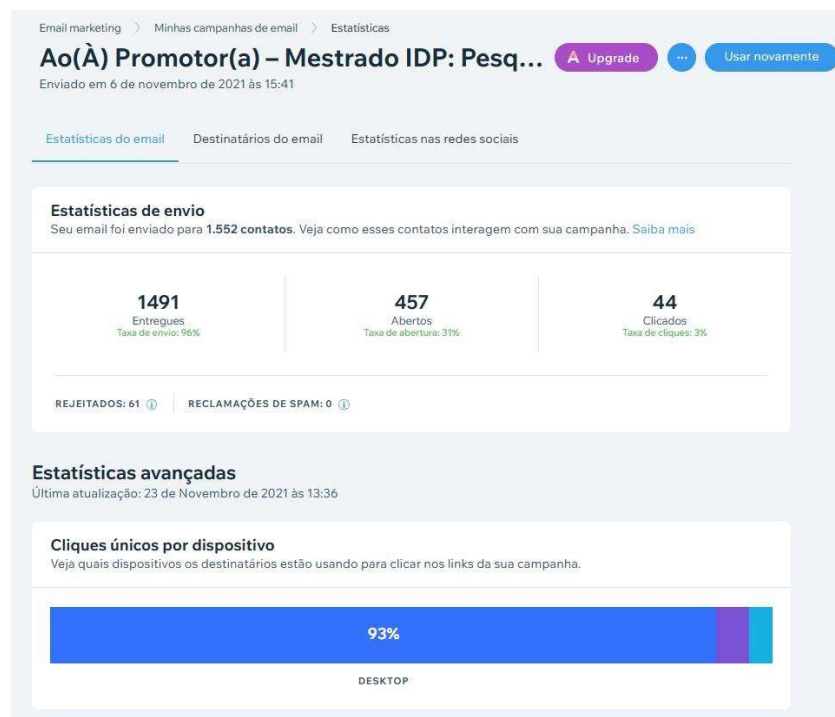


Figura 125 - Envio aos Promotores

Magistrados:



Figura 126 - Envio aos Magistrados

Reenvio aos magistrados:



Figura 127 - Renvio aos Magistrados

Servidores:



Figura 128 - Envio aos Servidores

Às entidades solicitando apoio e replicação da pesquisa:



Figura 129 - Envio às entidades solicitando apoio e replicação da pesquisa

2ª leva para Servidores e Magistrados

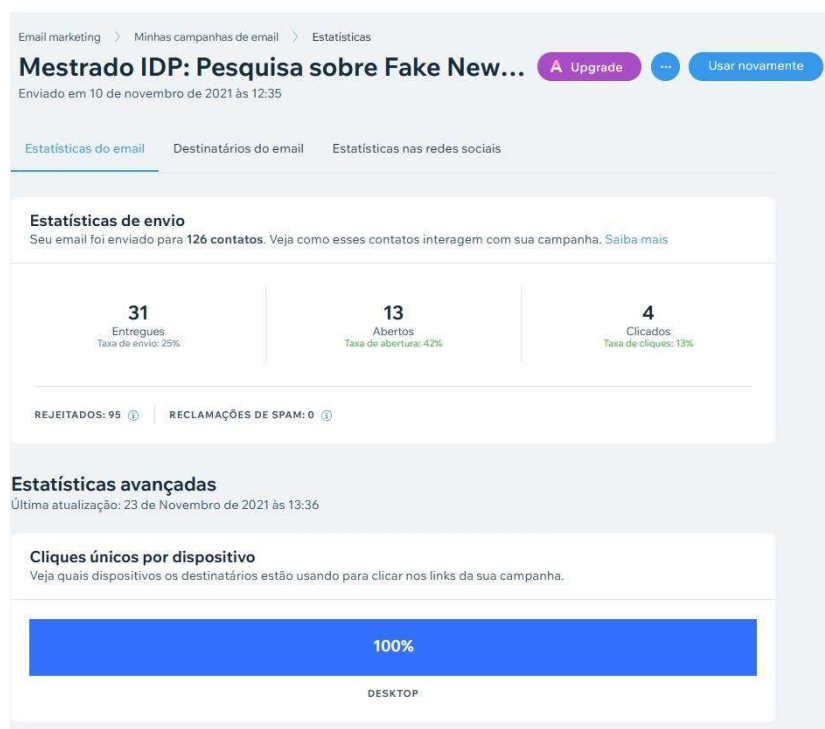


Figura 130 - 2ª leva para Servidores e Magistrados

Destinatários	Nº de Contatos Destinatários	Entregues pelo Wix	Emails Abertos	Links Clicados	Desktop	Mobile
Parlamentares	1.584	1.272	169	10	70%	30%
Promotores	1.552	1.491	457	44	93%	7%
Magistrados - 1º envio	1.714	681	127	9	89%	11%
Magistrados - 2º envio	1.703	1.630	307	33	97%	3%
Servidores	2.296	781	208	59	95%	5%
Entidades - busca de apoio	184	171	67	19	89%	11%
Servidores e Magistrados 2ª leva	126	31	13	4	100%	0%
TOTAL	9.159	6.057	1.348	178		

Tabela 17 - Quadro de envio de emails com formulários

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AFP. **Hackear, desinformar, desestabilizar e negar: a estratégia russa de cibersegurança.**

AFP: Moscou, 29 mai 2021. Disponível em:

<https://www.uol.com.br/tilt/noticias/afp/2021/05/29/hackear-desinformar-desestabilizar-e-negar-a-estrategia-russa-de-ciberseguranca.htm>. Acessado em 01 dez 2021.

AGÊNCIA CNJ DE NOTÍCIAS. **Teste público demonstra segurança do voto nas urnas eletrônicas.** Agência CNJ de Notícias, 30 nov 2021. Disponível em:

<https://www.cnj.jus.br/teste-publico-demonstra-seguranca-do-voto-nas-urnas-eletronicas/>. Acessado em 01 dez 2021.

ALBRIGHT, Jonathan. *Welcome to the Era of Fake news.* Media and Communication, Volume 5, Issue 2. 27/Jun/2017. Pág. 87–89. On-line. Disponível em: 10.17645/mac.v5i2.977. Acessado em: 10 abr. 2018.

ALBROW, Martin; KING, Elizabeth *Globalization, Knowledge and Society.* (eds.) London: Sage. ISBN 978-0803983243. 1990.

AL-RODHAN, Nayef R. F.; STOUDEMANN, Gérard. *Definitions of Globalization: A Comprehensive Overview and a Proposed Definition.* GCSP – Geneva Centre for Security Policy. 19 jun. 2006. Arquivado em 19 de novembro de 2012, no Wayback Machine. On-line. Disponível em:

https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/30929642/Definitions_of_Globalization_-_A_Comprehensive_Overview_and_a_Proposed_Definition.pdf?1363148362=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DDefinitions_of_Globalization_A_Comprehen.pdf&Expires=1605743644&Signature=DolyFwE3S~D-9KMVUqGUWjItwsbOOXk1jtad0u70c29GB8C6Kyb1tg~vJKc9x-finS4q47PdTHI7YtqUA9xoCOROasxse~v9JTMZATvhpdgXGakB8UjG17KAsd8uhBB8miftl2SbQ7E0vP0QFT4N~-KvMczQURVt8vHj3X6z0fTMbNxiJZMb2VKRk0PJNWItNyvpFepRt-oEuwN6jguMhvc3V2KktpproENuOq42C-Uj6RuL3rri55kYoi1wkF1EF044vD5CBeQP73n1j0xlWJP5rCpKbg8h2It--rkuI3HzRK4o0TDAZ0wjJ5bxBV89b7lj3TEn~zeV50jseXO8Aw_&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA. Acessado em: 18 nov. 2020.

ALTAY, İbrahim. *Combating information disorder.* Daily Sabah – Reader’s Corner, nov. 2017. On-line. Disponível em: <https://www.dailysabah.com/readers-corner/2017-nov-20/combating-information-disorder>, acessado em: 06 jul. 2018.

AMORIM NETO, Octavio. Desglobalização? EBAPE/FGV – Rio. Fundação Cultural do Exército (FUNCEB). **Revista DaCultura.** Ano XVI, Nº 28. Abr 1, 2017. P. 12-16. On-line. Disponível em: <http://ebrevistas.eb.mil.br/index.php/dacultura/article/view/1001>. Acessado em: 12 nov. 2020.

ARAL, Sinan; VOSOUGHI, Soroush; ROY, Deb. *The Spread of True and False News Online.* MIT Initiative On The Digital Economy Research Brief. EUA: 9 mar 2018. Disponível em: <https://ide.mit.edu/wp-content/uploads/2018/12/2017-IDE-Research-Brief-False-News.pdf>. Acesso em 13 nov 2021.

ARNAUDO, Dan. *Computational propaganda in Brazil: social bots during elections.* University of Oxford Working Paper, n.8, 2017. Disponível em: <<http://blogs.oii.ox.ac.uk/politicalbots/wp-content/uploads/sites/89/2017/06/Comprop-Brazil-1.pdf>>. Acesso em 13 nov 2021.

- AYLING, Julie; GRABOSKY, Peter. *Policing by Command: Enhancing Law Enforcement Capacity through Coercion*. **Law & Policy** 28(4): 420-443. 2006.
- AYRES, Ian; BRAITHWAITE, John. *Responsive Regulation: Transcending the Regulation Debate*. New York: Oxford University Press. 1992.
- AZAMBUJA, Marcos de. A Geopolítica do “Vírus Chinês” - A disputa do século entre Washington e Pequim – e o que o Brasil tem a ver com isso. **Folha de S. Paulo. Revista Piauí**, Ed. 165. São Paulo: Jun. 2020. On-line. Disponível em: <https://piaui.folha.uol.com.br/materia/geopolitica-do-virus-chines/>. Acessado em: 22 jun. 2020.
- BALKIN, Jack M. *Old-School/New-School Speech Regulation*. Yale Law School. **Harvard Law Review**, Vol. 127:2296. 2014. On-line. Disponível em: https://digitalcommons.law.yale.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=5886&context=fss_papers. Acessado em: 01 out. 2020
- BALKIN, Jack M. *Free Speech In The Algorithmic Society: Big Data, Private Governance, And New School Speech Regulation*. **SSRN Electronic Journal**, 2017. Disponível em: https://digitalcommons.law.yale.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=6159&context=fss_papers. Acessado em: 19 nov 2021.
- BALLEISEN, Edward J.; EISNER, Marc. *The Promise and Pitfalls of Co-Regulation: How Governments Can Draw on Private Governance for Public Purpose*. New Perspectives On Regulation 128 in: David Moss & John Cisternino eds., [S.l.], 2009, https://www.tobinproject.org/sites/tobinproject.org/files/assets/New_Perspectives_Ch6_Balleisen_Eisner.pdf.
- BARBER, B. *Which Technology and Which Democracy?*. Democracy and Digital Media Conference, MIT, 09 set 1998. Disponível em: <http://web.mit.edu/m-i-t/articles/barber.html>. Acessado em: 27 nov. 2021.
- BARLOW, John Perry. *A Declaration of Independence for Cyberspace*. Davos, Suíça, 8 fev. 1996. Disponível em: <https://www.eff.org/cyberspace-independence>. Acessado em: 17 mai. 2021.
- BARROSO, LUNA V. B. *A legitimidade do processo eleitoral: o combate às fake news e a garantia da liberdade de expressão*. Dissertação (Graduação) Fundação Getúlio Vargas. Escola de Direito do Rio de Janeiro Rio de Janeiro. 2018. On-line. Disponível em: <https://scihub.im/https://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/handle/10438/28214>. Acessado em: 17 mai. 2020.
- BAUMAN, Zygmunt. *Vida para Consumo*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008.
- BECK, Ulrich. *Vivir en la sociedad del riesgo mundial*. **Documentos CIDOB, Dinámicas interculturales**, Barcelona, n. 8, jul. 2007.
- BECKER, Clara. *A política vítima e agente de fake news*. **Redes Cordiais**. 19 jan. 2021. Disponível em: <https://www.redescordiais.com.br/conteudo/a-politica-vitima-e-agente-de-fake-news/>. Acessado em: 09 nov. 2021.
- BENEDICTUS, L. *Invasion of the troll armies: from Russian Trump supporters to Turkish state stooges*. **Guardian**. 06 nov. 2016. On-line. Disponível em: <https://www.theguardian.com/media/2016/nov/06/troll-armies-social-media-trump-russian>. Acessado em: 20 mar. 2021.
- BIONI, Bruno Ricardo. *Proteção de Dados Pessoais: a função e os limites do consentimento*. Rio de Janeiro. Forense, 3ª Ed. 2021.
- BIRKBAK, A., CARLSEN, H., *The World of Edgerank: Rhetorical Justifications of Facebook's News Feed Algorithm*, *Computational Culture: a journal of software studies*,

2016. On-line. Disponível em: <http://computationalculture.net/the-world-of-edgerank-rhetorical-justifications-of-facebooks-news-feed-algorithm/>
- BIZAWU, Sébastien Kiwonghi; RODRIGUES, Marcos V. A crise de globalização: um estudo sobre os efeitos do Brexit e da política do governo Trump e os desafios para as metas do acordo de Paris. **Cadernos de Direito Actual**, N° 7 Extraordinário. (2017), pp. 241-256. On-line. Disponível em: <http://cadernosdedereitoactual.es/ojs/index.php/cadernos/article/view/226>. Acessado em: 12 nov. 2020.
- BLACK, Julia. Decentering Regulation: Understanding the Role of Regulation and Self Regulation in a ‘Post-Regulatory’ World. **Current Legal Problems** 54(1): 103-146. 2001.
- BONNICI, Jeanne Pia Mifsud. 2008. **Self-Regulation in Cyberspace**. The Hague: T.M.C. Asser Press.
- BOYD, Danah. **Google and Facebook Can’t Just Make Fake News Disappear**. Points – Data Society. 27 mar. 2017. Disponível em: <https://points.datasociety.net/google-and-facebook-cant-just-make-fake-news-disappear-48f4b4e5f8e8>. Acessado em: 27 nov 2021.
- BOYKOFF, Maxwell T.; BOYKOFF, Jules M. **Balance as Bias: global warming and the U.S. prestige press**. In: Global Environmental Change, 2004. On-line. Disponível em: <https://www.eci.ox.ac.uk/publications/downloads/boykoff04-gec.pdf>. Acessado em: 02 abr. 2021.
- BRAITHWAITE, John. *The New Regulatory State and the Transformation of Criminology*. **British Journal of Criminology** 40:222-238. 2000. On-line. Disponível em: http://www.anu.edu.au/fellows/jbraithwaite/_documents/Articles/New_Regulatory_2000.pdf. Acessado em: 02 abr. 2021.
- BRANCO, Sérgio. **Fake news e os caminhos para fora da bolha**. São Paulo: Interesse Nacional, v. 38, agosto-outubro, 2017. Trimestral. On-line. Disponível em: <https://itsrio.org/wp-content/uploads/2017/08/sergio-fakenews.pdf>. Acesso em: 02 abr. 2021.
- BRANDÃO, Marcelo. **Comissão de Ética Pública vai acompanhar uso de redes sociais**. Agência Brasil, Brasília, 12 mar 2019. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/politica/noticia/2019-03/comissao-de-etica-publica-vai-acompanhar-uso-de-redes-sociais>. Acessado em: 19 nov 2021.
- BRIDY, Annemarie. *ACTA and the Specter of Graduated Response*. **American University International Law Review** 26(3): 559-578. 2011. On-line. Disponível em: <https://digitalcommons.wcl.american.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1708&context=auilr>. Acesso em: 02 abr. 2021.
- BRIDY, Annemarie. *Remediating Social Media: A Layer-Conscious Approach*. **Boston University Journal of Science and Technology Law**, Vol. 24, 193-228 (2018). On-line. Disponível em: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3154117. Acessado em: 20 set. 2020.
- BRITO CRUZ, Francisco (coord.); MASSARO, Heloisa; OLIVA, Thiago; BORGES, Ester. **Internet e eleições no Brasil: diagnósticos e recomendações**. InternetLab, São Paulo, 2019. Disponível em: http://www.Internetlab.org.br/wp-content/uploads/2019/09/policy-infopol-26919_4.pdf. Acessado e: 11/11/2021.
- BRITO CRUZ, Francisco; MASSARO, Heloisa. **Você na Mira – InternetLab – Relatório #1 – O impulsionamento de conteúdo de pré-candidaturas na pré-campanha de 2018**. 2019. Disponível em: <http://www.Internetlab.org.br/wp-content/uploads/2018/08/Relat%C3%B3rio-1-Voc%C3%AA-na-Mira.pdf>. Acesso em: 13 nov. 2021

- BRITTO, Ayres. Supremo Tribunal Federal. Tribunal Pleno. ADPF 130/DF. 05 nov. 2009. On-line. Disponível em: <http://redir.stf.jus.br/paginadorpub/paginador.jsp?docTP=AC&docID=605411>. Acessado em: 02 abr. 2021.
- BRODERICK, R. *Trump Supporters Online Are Pretending To Be French To Manipulate France's Election*. BuzzFeed News. 24 jan. 2017. On-line. Disponível em: <https://www.buzzfeed.com/ry>. Acessado em: 20 mar. 2021.
- BROWN, Ian; ZIEWITZ, Malte. *A Prehistory of Internet Governance. Research Handbook on Governance of the Internet* Ed. I. Brown. Cheltenham: Edward Elgar. 2013. On-line. Disponível em: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1844720. Acessado em: 02 abr. 2021.
- BROWN, Ian; MARSDEN, Christopher T. *Regulating code : good governance and better regulation in the information age*. MIT Press, Cambridge, Massachusetts, USA, 2013.
- BRUCKNER, Till. *Fake News: Distortion of Democracy by Opaque, Deceptive and Fake 'Think Tanks'*. UK Parliamentary Inquiry on Fake News. Transparify. Fev/2017. On-line. Disponível em: <http://data.parliament.uk/writtenevidence/committeeevidence.svc/evidencedocument/culture-media-and-sport-committee/fake-news/written/47967.html>. Acessado em: 20 mar. 2021.
- BRÜSEKE, Franz Josef. Risco e Contingência. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*. v. 22 n. 63, [S.l.], fev. 2007.
- BYGRAVE, Lee A. *Automated profiling - Minding the machine: Article 15 of the EC data protection directive and automated profiling*. *Computer Law and Security Report*, Vol.17, No.1. [S.l.], 2001. On-line. Disponível em: <http://classic.austlii.edu.au/au/journals/PrivLawPRpr/2000/40.html>. Acessado em: 02 abr. 2021.
- CÁDIMA, Francisco Rui. Media, diversidade e globalização na era digital. *JANUS.NET e-journal of International Relations*, Vol. 8, N.º 2, Novembro 2017 - Abril 2018. On-line. Disponível em: DOI: <https://doi.org/10.26619/1647-7251.8.2.7>. Acessado em 10 nov. 2020.
- CAMPINHO, Bernardo B. *Constitution, democracy, regulation of the Internet and electoral fake news in the Brazilian elections*. *Revista Publicum*. Rio de Janeiro, v. 5, n. 2, p. 232-256, 2019. On-line. Disponível em: <http://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/publicum> DOI: 10.12957/publicum.2019.47211. Acessado em: 11 mai. 2020.
- CAMPOS, Lorraine Vilela. *O que são Fake news?* Brasil Escola. On-line. Disponível em: <https://brasilecola.uol.com.br/curiosidades/o-que-sao-fake-news.htm>. Acesso em 23 mai. 2020.
- CAPELAS, Bruno; WOLF, Giovanna. Nos EUA, depoimento de executivos de tecnologia vira simulacro da polarização na Internet. *O Estado de S. Paulo*. 28 out. 2020. On-line. Disponível em: <https://link.estadao.com.br/noticias/empresas,nos-eua-depoimento-de-executivos-de-tecnologia-vira-simulacro-da-polarizacao-na-Internet,70003492405>. Acessado em: 11 nov. 2020.
- CAREY, James. *Communication as Culture: Essays on Media and Society*. Londres: Routledge. 1989. On-line. Disponível em: https://www.academia.edu/7446970/James_W_Carey_Communication_as_Culture_Essays. Acessado em: 03 abr. 2021.
- CARNEIRO, Luiz O. *Fake news, a polêmica quente do verão na França*. JOTA – Opinião & Análise. 2018. On-line. Disponível em: <https://www.jota.info/opiniao-e-analise/artigos/fake-news-a-polemica-quente-do-verao-na-franca-25062018>. Acessado em: 09 jul. 2018.

CARVALHO, L. G. G. Castanho de. **Direito de Informação e Liberdade de Expressão**. Renovar: Rio de Janeiro, 1999.

CASTELLS, Manuel. A Sociedade em Rede: do Conhecimento à Política. In: CASTELLS Manuel; CARDOSO Gustavo (Org.). **A Sociedade em Rede Do Conhecimento à Acção Política**, Conferência promovida pelo Presidente da República, 4 e 5 mar. 2005, Lisboa: Imprensa Nacional - Casa da Moeda. Lisboa, jan. 2006, p. 17-30. Disponível em: https://egov.ufsc.br/portal/sites/default/files/a_sociedade_em_rede_-_do_conhecimento_a_acao_politica.pdf. Acessado em: 09 abr. 2021.

CASTELLS, Manuel. **Ruptura**. Rio de Janeiro: Zahar, 2018.

CAVALIERI FILHO, Sérgio. Tribunal de Justiça do Rio de Janeiro. II Grupo de Câmaras Cíveis. Embargos Infringentes em Apelação Civil. 05 jun. 1996. On-line. Disponível em: <http://www4.tjrj.jus.br/EJURIS/ProcessarConsJuris.aspx?PageSeq=0&Version=1.1.11.0>. Acessado em: 03 abr. 2021.

CELOT, Paolo. **Para Além das Notícias Falsas**. EAVI – Media Literacy for Citizenship. 14 mar. 2018. On-line. Disponível em: [https://eavi.eu/beyond-fake-news-10-types-misleading-info/pt-eavi-fakenews-pict/#iLightbox\[postimages\]/0](https://eavi.eu/beyond-fake-news-10-types-misleading-info/pt-eavi-fakenews-pict/#iLightbox[postimages]/0). Acessado em: 18 nov. 2020.

CETIC.BR. **TIC Domicílios 2020**. 18 ago. 2021. Disponível em: https://www.cetic.br/media/analises/tic_domicilios_2020_coletiva_imprensa.pdf. Acessado em: 12 nov. 2021.

CHEN, Shaohua; RAVALLION, Martin. **How have the world's poorest fared since the early 1980s?** Development Research Group, World Bank. Jun. 2004. On-line. Disponível em: https://web.archive.org/web/20070624101126/http://www-wds.worldbank.org/external/default/WDSContentServer/IW3P/IB/2004/07/22/000112742_20040722172047/Rendered/PDF/wps3341.pdf. Acessado em: 18 nov. 2020.

CHERNEY, Adrian; O'REILLY, Juani; GRABOSKY, Peter. *Networks and Meta-regulation: Strategies Aimed at Governing Illicit Synthetic Drugs*. **Policing and Society** 16(4): 370-385. 2006. On-line. Disponível em: <https://openresearch-repository.anu.edu.au/handle/1885/25994>. Acessado em: 03 abr. 2021.

CHU, Z.; GIANVECCHIO, S.; WANG, H.; JAJODIA, S. *Detecting Automation of Twitter Accounts: Are You a Human, Bot, or Cyborg?* **IEEE Transactions on Dependable and Secure Computing**. Vol. 9, No. 6. Nov/Dez 2012. On-line. Disponível em: <https://ieeexplore.ieee.org/document/6280553>. Acessado em: 20 mar. 2021.

COHEN, Julie E. *Law for the Platform Economy*. **University de California Davis Law Review, Próximo**, Vol. 51:133, 22 jun 2017. Disponível em: <https://ssrn.com/abstract=2991261>. Acessado em: 18/05/2021.

CÓRDOVA, Yasodara et al. **Tropical Bot Wars: behind the 2010 and 2014 presidential elections in Brazil**. Conference Paper, jun. 2017. Disponível em: https://www.researchgate.net/profile/Yasodara_Cordova2/publication/317335919_Tropical_Bot_Wars/links/5932fba3aca272fc5521dce4/Tropical-Bot-Wars.pdf. Acesso em 13 nov 2021, p. 13.

CORRÊA, Júlia; BERALDO, Paulo. Instalação de CPI sobre *fake news* abre debate sobre liberdade de expressão na Internet. **O Estado de S.Paulo**, 05 set 2019. Disponível em: <https://politica.estadao.com.br/noticias/geral,instalacao-de-cpi-sobre-fake-news-abre-debate-sobre-liberdade-de-expressao-na-Internet,70002997854>. Acessado em: 19 nov 2021.

CORREIO DO POVO. Comitê discute propostas sobre uso da web nas eleições de 2020. Correio do Povo, 25 jul 2019. Disponível em: <https://www.correiodopovo.com.br/not%C3%ADcias/pol%C3%ADtica/comit%C3%AA>

[discute-propostas-sobre-uso-da-web-nas-elei%C3%A7%C3%B5es-de-2020-1.354129](#).
Acessado em: 19 nov 2021.

COSTA, Maria Cristina Castilho. In: COSTA, Cristina; BLANCO, Patrícia (Orgs). **Liberdade de expressão: questões da atualidade**. São Paulo: ECA-USP, 2019. On-line. Disponível em: <http://www.livrosabertos.sibi.usp.br/portaldelivrosUSP/catalog/book/408>. Acessado em: 03 abr. 2021.

COULDRY, Nick. **Surveillance-Democracy**. Sydney, 12 abr 2016. Disponível em: http://eprints.lse.ac.uk/69873/1/Couldry_Surveillance_author.pdf. Acessado em: 19 nov 2021.

COUNCIL OF EUROPE. **The Protection of Individuals with Regard to Automatic Processing of Personal Data in the Context of Profiling**. Council of Europe Publishing, Recommendation CM/Rec (2010)13, p. 28-32. [S.l.], 23 nov. 2010. On-line. Disponível em: <https://rm.coe.int/16807096c3>. Acessado em: 30 abr. 2020

CRUZ JUNIOR, G. **Pós-verdade: a nova guerra contra os fatos em tempos de fake news**. ETD - Educação Temática Digital, 21(1), 278-284. [S.l.]. [s.d.]. 2019. On-line. Disponível em: <https://doi.org/10.20396/etd.v21i1.8652833>. Acessado em: 03 abr. 2021.

DE SETA, G., **Trolling, and Other Problematic Social Media Practices**. The SAGE Handbook of Social Media, ed. Jean Burgess, Alice E. Marwick, and Thomas Poell. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications. 2017. On-line. Disponível em: https://www.academia.edu/35228629/Trolling_and_other_problematic_social_media_practices. Acessado em: 20 mar. 2021.

DENARDIS, Laura. **Governance at the Internet's Core: The Geopolitics of Interconnection and Internet exchange points in Emerging Markets**. TPRC: 40th Research Conference on Communication, Information and Internet Policy, 2012.

DENARDIS, Laura. **The Global War for the Internet Governance**. Yale University Press, 2014.

DENARDIS, Laura. MUSIANI, Francesca. **Governance by Infrastructure: Introduction, 'The Turn to Infrastructure in Internet Governance'**. Setembro 15, 2014.

DENARDIS, Laura. MUSIANI, Francesca. COGBURN, Derrick L. LEVINSON, Nanette S. **The Turn to Infrastructure in Internet Governance**. London: Palgrave MacMillan, 2016.

DEUTSCHE WELLE. Macron anuncia lei para combater "fake news" em período eleitoral. **Deutsche Welle** (on-line). 04 jan 2018. Disponível em: <https://www.dw.com/pt-br/macron-anuncia-lei-para-combater-fake-news-em-per%C3%ADodo-eleitoral/a-42024641>

b. [_____](#). UE lança força-tarefa para combater "fake news". **Deutsche Welle** (on-line). 15 jan 2018. Disponível em: <https://www.dw.com/pt-br/ue-lan%C3%A7a-for%C3%A7a-tarefa-para-combater-fake-news/a-42157731>. Acessado em: 12 jul 2019.

DEUTSCHE WELLE. Protestos em mais de 150 países pedem ações contra mudanças climáticas. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 20 set. 2019. On-line. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/ambiente/2019/09/protestos-em-mais-de-150-paises-pedem-aco-es-contra-mudancas-climaticas.shtml>. Acessado em: 30 jun. 2020.

DIAS, N. **Reporting on a new age of digital astroturfing**. First Draft. 22 jun. 2017. On-line. Disponível em: <https://firstdraftnews.com/digital-astroturfing/>. Acessado em: 20 mar. 2021.

DIJCK, J. Van. **The culture of connectivity: A critical history of social media**. Oxford and New York, NY: Oxford University Press. 2013. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/298428277_Jose_van_Dijck_Culture_of_Connectivity_A_Critical_History_of_Social_Media_Oxford_Oxford_University_Press_2013/link/5bbdca44299bf1010175b200/download. Acessado em: 19 nov 2021.

- DOURADO, T. **Fake news na eleição presidencial de 2018 no Brasil**. 308f. Tese (Doutorado) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Culturas Contemporâneas, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2020. Disponível em: https://repositorio.ufba.br/ri/bitstream/ri/31967/1/Tese_Tatiana%20Dourado.pdf. Acessado em: 15 nov. 2021.
- DOWNES, Cathy. Strategic Blind-Spots on Cyber Threats, Vectors and Campaigns. *The Cyber Defense Review*, Vol. 3, No. 1 (SPRING 2018), pp. 79-104, Army Cyber Institute. Disponível em: <http://www.jstor.org/stable/26427378>. Acessado em: 02 dez 2021.
- DWOSKIN, Elizabeth; TIMBERG, Craig. Facebook takes down Russian operation that recruited U.S. journalists, amid rising concerns about election misinformation. **The Washington Post**, 01 set 2020. Disponível em: <https://www.washingtonpost.com/technology/2020/09/01/facebook-disinformation-takedown/>. Acessado em 01 dez 2021.
- DREXL, Josef. *Economic Efficiency versus Democracy: On the Potential Role of Competition Policy in Regulating Digital Markets in Times of Post-Truth Politics*. **Max Planck Institute for Innovation and Competition Research Paper** No. 16-16. 2017. On-line. Disponível em: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2881191. Acessado em: 15 mai. 2020.
- DUGNANI, Patricio. Globalização e desglobalização: outro dilema da Pós-Modernidade. **Revista Famecos**, Porto Alegre, v. 25, n. 2, p. 1-14, maio, junho, julho e agosto de 2018: ID27918. On-line. Disponível em: DOI: <http://dx.doi.org/10.15448/1980-3729.2018.2.27918>. Acessado em: 12 nov. 2020.
- DWORKIN, Ronald. *Why Speech Must be Free. In: Freedom's Law: the Moral Reading of the American Constitution*. Cambridge: Harvard University Press, 1996. On-line. Disponível em: <http://fs2.american.edu/dfagel/www/DworkinMoralReadingsmaller.pdf>. Acessado em: 03 abr. 2021.
- EMERSON, Thomas E. *Toward a General Theory of the First Amendment*. **Faculty Scholarship Series**. Paper 2796. 1963. On-line. Disponível em: http://digitalcommons.law.yale.edu/fss_papers/2796. Acesso em: 22 mai. 2020.
- ÉPOCA NEGÓCIOS. **Facebook monta 'sala de guerra' para combater fake news no Brasil**. Época Negócios (on-line), 2018. Disponível em: <https://epocanegocios.globo.com/Tecnologia/noticia/2018/09/facebook-monta-sala-de-guerra-para-combater-fake-news-no-brasil.html>. Acessado em: 19 nov 2021.
- ESTADÃO. Morre mulher linchada no Guarujá (SP) por suspeita de realizar magia negra. **Estadão**. Guarujá. 05 mai. 2014. On-line. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/ultimas-noticias/agencia-estado/2014/05/05/morre-mulher-linchada-pela-populacao-no-guaruja.htm>. Acessado em: 20 out. 2020.
- EU VS DISINFO. **EEAS SPECIAL REPORT UPDATE**. EU vs DiSiNFO, 01 abr 2020. Disponível em: <https://euvsdisinfo.eu/eeas-special-report-update-short-assessment-of-narratives-and-disinformation-around-the-covid-19-pandemic/>. Acessado em: 15 nov 2021.
- EU VS DISINFO. **Propaganda 101: How Belarusian State-Controlled Tv Exploits The Migration Situation At The Eu Borders**. EU vs DiSiNFO, 13 nov 2021. Disponível em: <https://euvsdisinfo.eu/propaganda-101-how-belarusian-state-controlled-tv-exploits-the-migration-situation-at-the-eu-borders/>. Acessado em 01 dez 2021.
- EVANS, D., SCHMALENSEE, R. *Matchmakers: the new economics of multisided platforms*. Boston, Massachusetts: Harvard Business Review Press. 2016.
- FARIA, José Eduardo. **Direito e Globalização Econômica: Implicações e Perspectivas**. Malheiros Editores Ltda. 1ª edição. 1996.

FELÍCIO, Ricardo. Aquecimento global é fraude. **O Antagonista**. Youtube. [s.d.]. On-line. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=Z8eqJquw5Wo>. Acessado em: 30 jun. 2020.

FERGUSON, Niall. ***The Square And The Tower Networks And Power, From The Freemasons To Facebook***. Penguin Books: New York, 2019

FERRARA, E. *Disinformation and Social Bot Operations in The Run Up To The 2017 French Presidential Election*. **First Monday**, 22(8). 1 Jul 2017. On-line. Disponível em: <https://cacm.acm.org/magazines/2016/7/204021-the-rise-of-social-bots/fulltext>. Acessado em: 04 abr. 2021.

FERREIRA, Aloysio Nunes. **Seminário Internacional Brasil-União Europeia - Fake news: Experiências e Desafios**. Tribunal Superior Eleitoral e União Europeia, Brasília-DF, 21 jun. 2018. On-line. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=7Kae2Mubouw>. Acessado em: 10 mai. 2020.

FILLOUX, F. ***More than 600 global brands still feed the fake news ecosystem***. The Monday Note on Medium. 21 ago. 2017. On-line. Disponível em: <https://mondaynote.com/more-than-600-global-brands-still-feed-the-fake-news-ecosystem-d1ddfbd80458>. Acessado em: 20 mar. 2021.

FLETCHER, Richard; CORNIA, Alessio; GRAVES, Lucas; NIELSEN, Rasmus Kleis. ***Measuring the reach of “fake news” and online disinformation in Europe***. Reuters Institute and University of Oxford. 2018. Disponível em: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/our-research/measuring-reach-fake-news-and-online-disinformation-europe>. Acessado em: 19 nov 2021.

FOLHA DE SÃO PAULO. Entenda o inquérito do Supremo contra *fake news* e conheça os pontos polêmicos. 20 mar 2019. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2019/03/entenda-o-inquerito-do-supremo-contr-fake-news-e-conheca-os-pontos-polemicos.shtml>. Acessado em: 19 nov 2021.

FRANK, Andre Gunder; THOMPSON, William R. ***Early Iron Age economic expansion and contraction revisited***. In Globalization and Global History, Barry K. Gills and William R. Thompson (ed). Routledge 270 Madison Avenue, New York. 2006. On-line. Disponível em: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download;jsessionid=E6A404FFABA8960500329168812FBA39?doi=10.1.1.695.3964&rep=rep1&type=pdf>. Acessado em: 04 abr. 2021.

FRAZÃO, Ana. **Plataformas digitais e os desafios para a regulação jurídica**. In: GONTIJO, B. M. LIMA, H. C. S. (Org.). Direito, tecnologia e inovação. D'Plácido, 2018.

FREEDOM HOUSE. **Freedom in the World 2019 - Democracy in Retreat**. Freedom House, 2019. Disponível em: <https://freedomhouse.org/report/freedom-world/2019/democracy-retreat>. Acessado em 01 dez 2021.

FREITAS, Juarez. **Sustentabilidade como valor constitucional**. In: Sustentabilidade: Direito ao Futuro. 2ª ed. Belo Horizonte: Fórum, 2012.

FUX, Luiz. **Seminário Internacional Brasil-União Europeia - Fake news: Experiências e Desafios**. Tribunal Superior Eleitoral e União Europeia, Brasília-DF, 21 jun. 2018. On-line. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=7Kae2Mubouw>. Acessado em: 10 mai. 2020.

G1 - Seção Economia / Tecnologia. WhatsApp começa a rivalizar com o Facebook como fonte de informação no Brasil. 26 jun. 2017. On-line. Disponível em: <https://g1.globo.com/tecnologia/noticia/whatsapp-comeca-a-rivalizar-com-o-facebook-como-fonte-de-informacao-no-brasil-diz-estudo.ghtml>. Acessado em: 09 jul. 2018.

G1. Twitter, Google e Facebook defendem seus métodos de moderação de conteúdo em

- audiência nos EUA. **G1.com**. 28 out. 2020. On-line. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/tecnologia/noticia/2020/10/28/twitter-e-facebook-defendem-sua-imunidade-na-Internet-antes-de-audiencia-no-senado-americano.ghtml>. Acessado em: 11 nov. 2020.
- GALEANA, Patricia. *Las Epidemias a lo Largo de la Historia*. Facultad de Filosofía y Letras, Universidad Nacional Autónoma de México. México, 12 set. 2020. On-line. Disponível em: <https://revistasipgh.org/index.php/anam/article/view/844/1236>. Acessado em: 08 abr. 2021.
- GERTZ v. Robert WELCH, Inc., 418 U.S. 323. US Supreme Court. 1974. Disponível em: <https://supreme.justia.com/cases/federal/us/418/323/>. Acessado em: 21 jun. 2021.
- GIBSON, William. *Neuromancer*. Aleph, 16 de setembro de 2015. Livro digital.
- GILLESPIE, Tarleton. *Custodians of the Internet: Platforms, Content Moderation, and the Hidden Decisions that Shape Social Media*. **Georgetown Law Technology Review**. Yale U. Press. 2018.
- GILLESPIE, Tarleton. *The politics of 'platforms'*. **New media & society**. Maio;12(3):347-64. 2010. On-line. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1461444809342738>. Acessado em: 12 out. 2020.
- GOMES, Débora. **OTT: o que é e como esse tipo de conteúdo está mudando o cenário dos vídeos online**. 19 dez. 2020. Disponível em: <https://sambatech.com/blog/insights/ott/>. Acessado em: 10 jun 2021.
- GOFFMAN, E. *The Presentation of Self in Everyday Life*. Random House. Escócia, Edimburgo: 1956. Disponível em: https://monoskop.org/images/1/19/Goffman_Erving_The_Presentation_of_Self_in_Everyday_Life.pdf. Acessado em: 20 nov 2021.
- GOODMAN, B. W. *A step towards accountable algorithms? Algorithmic discrimination and the European Union general data protection*. In 29th Conference on Neural Information Processing Systems (NIPS 2016). Barcelona, Espanha. [S.l.]. 2016.
- GRAGNANI, Juliana. **Exclusivo: Investigação revela como blog defendia Dilma com rede de fakes em 2010**. BBC, 9 mar. 2018. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-43118825>. Acesso em 13 nov 2021.
- GREENLEAF, Graham. *Theories of cyberspace regulation*. *Internet Governance, Topic 3*. Disponível em: <https://slidetodoc.com/theories-of-cyberspace-regulation-Internet-governance-topic-3/>. Acessado em: 05/05/2021.
- GU, L.; KROPOTOV, V.; YAROCKIN, F. *How Propagandists Abuse the Internet and Manipulate the Public*. Forward-Looking Threat Research (FTR). Trend Micro. Jun/2017. On-line. Disponível em: https://documents.trendmicro.com/assets/white_papers/wp-fake-news-machine-how-propagandists-abuse-the-Internet.pdf. Acessado em: 19 mar. 2021
- GUTIÉRREZ, Ricardo. **Seminário Internacional Fake News e Eleições**. TSE - Tribunal Superior Eleitoral, Brasília-DF, 16 e 17 de maio de 2019. On-line. Disponível em: <http://www.tse.jus.br/o-tse/catalogo-de-publicacoes/lista-do-catalogo-de-publicacoes>. Acessado em: 10 jul 2021.
- HABERMAS, J. *The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society*. MIT Press. 1962.
- HALL, S. *Encoding and Decoding in the Television Discourse*. Birmingham: Centre for Contemporary. 1973. Disponível em: <http://epapers.bham.ac.uk/2962/1/Hall%2C%201973%2C%20Encoding%20and%20Decoding%20in%20the%20Tel>

[evision_Discourse.pdf](#). Acessado em: 27 nov. 2021.

HALL, Stuart. **A Identidade Cultural na Pós-Modernidade**. Cultural Studies Rio de Janeiro: DP&A, 11ª Ed. Tradução: Tomaz Tadeu da Silva e Guacira Lopes Louro. 2006. On-line. Disponível em: https://leiaarqueologia.files.wordpress.com/2018/02/kupdf-com_identidade-cultural-na-pos-modernidade-stuart-hallpdf.pdf. Acessado em: 05 abr. 2021.

HANDS, J. *Platform communism*. **Culture machine.**;14. 28 Jul 2013. On-line. Disponível em: <https://culturemachine.net/wp-content/uploads/2019/05/510-1148-1-PB.pdf>. Acessado em: 12 out. 2020.

HARARI, Yuval Noah. **21 Lições Para o Século 21**. Companhia das Letras. Tradução Paulo Geiger. 1ª Edição. São Paulo. 2018.

HORBACH, Carlos B. **Seminário Internacional Brasil-União Europeia - Fake news: Experiências e Desafios**. Tribunal Superior Eleitoral e União Europeia, Brasília-DF, 21 jun. 2018. On-line. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=7Kae2Mubouw>. Acessado em: 10 mai. 2020.

IMPERVA. **Bad Bot Report 2021 The Pandemic of the Internet**. 2021. Disponível em: <<https://www.imperva.com/resources/resource-library/reports/2020-Bad-Bot-Report/>>. Acesso em: 13 nov 2021.

IBGE - INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios: Acesso à Internet e posse de telefone móvel celular para uso pessoal 2008**. Rio de Janeiro: IBGE, 2009. Disponível em: <<https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv43025.pdf>>. Acesso em: 10 set. 2021;

IBGE - INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios: Acesso à Internet e à televisão e posse de telefone móvel celular para uso pessoal 2015**. Rio de Janeiro: IBGE, 2016. Disponível em: <<https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv99054.pdf>>. Acesso em: 10 set. 2021;

IBGE - INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua: Acesso à Internet e à televisão e posse de telefone móvel celular para uso pessoal 2018**. IBGE, 2020. Disponível em: <https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101705_informativo.pdf>. Acesso em: 10 set. 2021.

ISTOÉ. Relatório britânico aponta interferência russa no Brexit. **ISTOÉ: EDIÇÃO Nº 2706 26/11**, 21 jul 2020. Disponível em: <https://istoe.com.br/relatorio-britanico-aponta-interferencia-russa-no-brexite/>. Acessado em 01 dez 2021.

IWS - INTERNET WORLD STATS. **Internet Growth Statistics - Today's road to e-Commerce and Global Trade. Internet Technology Reports**. 2021. Disponível em: <https://www.Internetworldstats.com/emarketing.htm>. Acessado em: 12/11/2021.

JAMESON, F. *Postmodernism, or The Cultural Logic of Late Capitalism*. **New Left Review**. I (146). July–August 1984.

JANKOWICZ, Nina. *The Only Way to Defend Against Russia's Information War*. **The New York Times**. 25 set. 2017. On-line. Disponível em: <https://mobile.nytimes.com/2017/09/25/opinion/the-only-way-to-defend-against-russias-information-war.html>. Acessado em: 19 mar. 2021.

JOHNSON, D.R.; POST, D. *Law and Borders - the Rise of Law in Cyberspace*. **Stanford Law Review**, v. 48, n. 5, pp. 1367-1402, 1996. Disponível em: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=535. Acessado em: 03 mai 2021.

JORNAL DO BRASIL. Ex-secretário de Defesa ataca Trump por 'dividir o país'. **Jornal do**

- Brasil:** Rio de Janeiro, 04 jun. 2020. Disponível em: <https://www.jb.com.br/internacional/2020/06/1024077-ex-secretario-de-defesa-ataca-trump-por--dividir-o-pais.html>. Acessado em 01 dez 2021.
- KAHAN, Dan. *What is Motivated Reasoning? How Does It Work? Dan Kahan Answers*. **The Sciences**: 5 mai 2011. Disponível em: <https://www.discovermagazine.com/the-sciences/what-is-motivated-reasoning-how-does-it-work-dan-kahan-answers>. Acessado em: 20 nov 2021.
- KAO, Jeff; LI, Mia Shuang. *How China Built a Twitter Propaganda Machine Then Let It Loose on Coronavirus*. ProPublica, 26 mar 2020. Disponível em: <https://www.propublica.org/article/how-china-built-a-twitter-propaganda-machine-then-let-it-loose-on-coronavirus>. Acessado em 01 dez 2021.
- KARLOVA, N. A.; FISHER, K. E. *A Social Diffusion model of Mis-information and Dis-information for Understanding Human*. **Information Behaviour**. Information Research, 18(1), 1-17. Washington: 01 mar 2013. Disponível em: <http://informationr.net/ir/18-1/paper573.html#.YaJaUseSmUk>. Acessado em: 24 nov 2021.
- KAUR, Kanchan et. al. *Information Disorder in Asia Overview of misinformation ecosystem in India, Indonesia, Japan, the Philippines, Singapore, South Korea, and Taiwan*. Journalism & Media Studies Centre at the University of Hong Kong, jun. 2018. On-line. Disponível em: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3134581&download=yes. Acessado em: 06 jul. 2018.
- KLEIN, David; WUELLER, Joshua. *Fake News: A Legal Perspective*. **Journal of Internet Law**, vol. 20, num. 10, 26 Apr. 2017. Disponível em: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2958790/. Acessado em: 19 nov 2021.
- KNIGHT COMMISSION ON THE INFORMATION NEEDS OF COMMUNITIES IN A DEMOCRACY. *Informing Communities: Sustaining Democracy in the Digital Age*. The Aspen Institute. 2009. On-line. Disponível em: https://knightfoundation.org/wp-content/uploads/2019/06/Knight_Commission_Report_-_Informing_Communities.pdf. Acessado em: 05 abr. 2021.
- KUNELIUS, R. *Varieties of realism: Durban editorials and the discursive landscape of global climate politics*. In: Eide, E.; Kunelius, R. (Eds.). *Media meets climate: The global challenge for journalism*. Göteborg: Nordicom, 2012.
- LAGO, Lucas; MASSARO, Heloisa. **Bots ou não? Um estudo preliminar sobre o perfil dos seguidores dos pré-candidatos à Presidência da República no Twitter**. São Paulo: InternetLab, 2018. Disponível em: <http://www.Internetlab.org.br/wp-content/uploads/2018/07/Relat%C3%B3rio-Bots-oun%C3%A3o.pdf>. Acesso em 13 nov 2021.
- LIDLAW, Emily B. *A Framework for Identifying Internet Information Gatekeepers*. **International Review of Law, Computers & Technology**, Vol. 24, No. 3, 01 nov. 2010. Disponível em: *A Framework for Identifying Internet Information Gatekeepers by Emily Laidlaw :: SSRN*. Acessado em: 26 mai 2021.
- LECLERCQ, Christophe. **Seminário Internacional Brasil-União Europeia - Fake news: Experiências e Desafios**. Tribunal Superior Eleitoral e União Europeia, Brasília-DF, 21 jun. 2018. On-line. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=7Kae2Mubouw>. Acessado em: 10 mai. 2020.
- LEISER, Mark. *The problem with 'dots': questioning the role of rationality in the online environment*. **International Review of Law, Computers & Technology**, Vol. 30, Issue 3., p. 191-210, Routledge, 01 set 2016. On-line. Disponível em: https://strathprints.strath.ac.uk/57129/1/Leiser_IRLCT2016_Problem_with_dots_.pdf.

Acessado em: 07 mai 2021.

LEISER, Mark. *Regulating Fake news*. Leiden University. [S.l.], 2017. On-line. Disponível em: <https://scholarlypublications.universiteitleiden.nl/handle/1887/72154>. Acessado em 25 abr. 2020.

LABORDE, Antonia. **Sem provas, Trump alimenta risco de fraude no voto por correios**. El País: Washington, 11 set. 2020. Disponível em: <https://brasil.elpais.com/internacional/2020-09-11/sem-provas-trump-alimenta-risco-de-fraude-no-voto-por-correios.html>. Acessado em 01 dez 2021.

LAKOFF, G. *Why "Rational Reason" Doesn't Work in Contemporary Politics*. 21 fev 2010. Buzzflash. Disponível em: <http://www.truth-out.org/buzzflash/commentary/george-lakoff-why-rational-reason-doesnt-work-in-contemporary-politics/8893-george-lakoff-why-rational-reason-doesnt-work-in-contemporary-politics>. Acessado em 27 nov. 2021.

LESSIG, Lawrence. *Code: version 2.0*. Basic Books. New York. 2006. On-line. Disponível em: <http://codev2.cc/>. Acessado em: 27 abr. 2020.

LEWIS, Anthony. *Liberdade para as ideias que odiamos: uma biografia da primeira emenda à Constituição americana*. Tradução de Rosana Nucci. São Paulo: Aracati, 2011.

LIMA, Marcos F. Urupá Moraes de; VALENTE, Jonas Chagas Lucio. *Regulação de plataformas digitais: mapeando o debate internacional*. **Liinc em Revista**, Rio de Janeiro, v.16, n.1, e5100, maio 2020. On-line. Disponível em: <http://www.ibict.br/liinc> e <https://doi.org/10.18617/liinc.5100>. Acessado em: 12 out. 2020.

LUHMANN, Niklas. *Introdução à teoria dos sistemas*. Aulas publicadas por Javuer Torres Nafarrate. Petrópolis: Vozes, 2009.

LUND, Luana. *Cyber-regulatory theories: between retrospection and ideologies*. **UNIO - EU Law Journal**. 03 jun. 2019. Centre of Studies in European Union Law (CEDU). On-line. Disponível em: <https://officialblogofunio.com/2019/06/03/cyber-regulatory-theories-between-retrospection-and-ideologies/>. Acessado em: 15 abr. 2021.

MACEDO, Fausto. **Alexandre manda Crusoe e Antagonista excluírem já reportagem que cita Dias Toffoli, e publicações denunciam censura**. Estadão: São Paulo, 15 abr 2019. Disponível em: <https://politica.estadao.com.br/blogs/fausto-macedo/alexandre-manda-crusoe-e-antagonista-excluir-já-reportagem-que-cita-dias-toffoli-e-publicacoes-denunciam-censura/>. Acessado em: 19 nov 2021.

MACHADO, Jónatas E. M. **Liberdade de Expressão: dimensões constitucionais da esfera pública no sistema social**. Coimbra Editora. Coimbra. 2002.

MAGALHÃES, João Carlos. *Do algorithms shape character? Considering algorithmic ethical subjectivation*. **Social Media + Society**, 4 (2), April-June 2018: 1–10. Disponível em: <http://eprints.lse.ac.uk/89857/>. 15 nov. 2020.

MAIA, Felipe. **OTT e a revolução na forma de fazer e consumir conteúdo em vídeo**. 26 fev. 2021. Disponível em: <https://netshow.me/blog/ott-revolucao-conteudo-video/>. Acessado em: 10 jun 2021.

MANSELL, Robin. *Bits of power: struggling for control of information and communication networks*. *The Political Economy of Communication*, 5 (1), 2017. Disponível em: <http://eprints.lse.ac.uk/82628/>. Acessado em: 03 dez 2021.

MANTEIGAS Bruno. **Relatório parlamentar sem provas de interferência da Rússia no referendo do 'Brexit'**. Lusa Agência de Notícias de Portugal: Londres, 21 jun 2020. Disponível em: <https://combatefakenews.lusa.pt/relatorio-parlamentar-sem-provas-de-interferencia-da-russia-no-referendo-do-brexit/>. Acessado em 01 dez 2021.

MARANHÃO, Juliano; et at. Regulação de "Fake News" no Brasil. São Paulo: Instituto Legal Grounds, 2021. Disponível em: https://drive.google.com/file/d/1_eHx2ZLeU_j2pIzIMFN83AWMt6FYK1kj/view. Acessado em: 03 dez 2021.

MARQUES, Pablo. Fake news pelo WhatsApp ainda é um problema na Índia. **R7. Tecnologia e Ciência**. 17 set. 2018. On-line. Disponível em: <https://noticias.r7.com/tecnologia-e-ciencia/fake-news-pelo-whatsapp-ainda-e-um-problema-na-india-17092018>. Acessado em: 15 nov. 2020.

MARTHEWS, Alex; TUCKER, Catherine. *Government Surveillance and Internet Search Behavior*. **SSRN Electronic Journal**, 2017. Disponível em: <https://ssrn.com/abstract=2412564> ou <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2412564>. Acessado em: 19 nov 2021.

MARTINSEN, Kåre Dahl. *The Relationship Between Eu And Russia*. The Norwegian Institute for Defence Studies. Maio 2017. Oslo, Noruega. Disponível em: <http://yata.no/wp-content/uploads/2013/11/Martinsen-EU-Russia-revised.docx>. Acessado em: 22 maio 2019.

MARWICK, A; LEWIS R. *Media Manipulation and Dis-information Online*. Data & Society. Mai/2017. On-line. Disponível em: <https://datasociety.net/output/media-manipulation-and-disinfo-online/>. Acessado em: 20 mar. 2021.

MCGREW, Anthony. *Global Legal Interaction and Present-Day Patterns of Globalization*. In V. Gessner and A. C. Budak (eds.), *Emerging Legal Certainty: Empirical Studies on the Globalization of Law*. Ashgate: Dartmouth Publishing Company, 1998, p. 327. In V. S. A. Kumar, "A Critical Methodology of Globalization: Politics of the 21st Century?", *Indiana Journal of Global Legal Studies*, Vol. 10, Issue 2, 2003.

MCLUHAN, Marshall. **Os Meios de Comunicação como Extensões do Homem**. São Paulo: Cultrix, 1996.

MEIKLEJOHN, Alexander. *Free Speech And I Free Speech And Its Relation To Self-Go O Self-Government*. New York: Harper & Brothers, 1948. Disponível em: <https://repository.law.miami.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=4382&context=umlr>. Acessado em: 19 nov 2021.

MEIO&MENSAGEM. **Facebook encerra parceria com Serasa Experian**. Meio e Mensagem, 28 mar. 2018. Disponível em: <http://www.meioemensagem.com.br/home/ultimas-noticias/2018/03/28/facebook-encerra-parceria-com-serasa.html>>. Acesso em: 13 nov 2021.

MERRIAM-WEBSTER. *The Real Story of 'Fake news'*. Online. N.d. On-line. Disponível em: <https://www.merriam-webster.com/words-at-play/the-real-story-of-fake-news>. Acessado em 23 abr. 2020.

METZGER et al. *Social and Heuristic Approaches to Credibility Evaluation Online*. **Journal of Communication**. 60 (3). 2010. 413-439. On-line. Disponível em: [http://flanagin.faculty.comm.ucsb.edu/CV/MetzgerFlanaginandMedders2010\(JoC\).pdf](http://flanagin.faculty.comm.ucsb.edu/CV/MetzgerFlanaginandMedders2010(JoC).pdf). Acessado em: 05 abr. 2021.

MIRANDA, Karina E. do N. **Regulação e autorregulação do marketing de influência no ambiente digital brasileiro** - Um estudo à luz das teorias de Lawrence Lessig e Andrew Murray. Monografia Bacharelado em Direito, Universidade de Brasília, Brasília, 2019. Disponível em: https://www.bdm.unb.br/bitstream/10483/23540/1/2019_KarinaEllenDoNascimentoMiranda_tcc.pdf. Acessado em: 05/05/2021.

MOMMERS, J. *Wie de wereld van de ondergang wil redden kan over het einde der tijden best zwijgen*, [S.l.: s.n], 2015a. On-line. Disponível em: <https://decorrespondent.nl/3622/wie->

de-wereld-van-de- ondergang-wil-redden-kan-over-het-einde-der-tijden-beter-zwijgen/739526446318-57501bac. Acessado em: 11 nov. 2019.

MONTI, Matteo. *Perspectives on the regulation of search engine algorithms and social networks: The necessity of protecting the freedom of information*. **Opinio Juris in Comparatione. Studies in Comparative and National Law**, Vol. 1, n. 1. [S.l.], 2017. On-line. Disponível em: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3145290. Acessado em 09 mai. 2020.

MURRAY, Andrew D. *The Regulation of Cyberspace: Control in the Online Environment*. Routledge-Cavendish, New York, USA. 1st. ed., 2007.

MURRAY, Andrew D. *Internet Regulation*. Bepress, London School of Economics and Political Science. Londres, 2011. Online. Disponível em https://works.bepress.com/andrew_murray/4/. Acessado em: 15 mai 2021.

MURRAY, Andrew. *Information, technology, law - the law and society*. Oxford University Press. 2^a ed. New York, NY, USA. 2013.

MURRAY, Andrew D.; REED, Chris. *Rethinking the Jurisprudence of Cyberspace*. Northampton, EUA: Edward Elgar Publishing, 2018. E-book.

MUSGRAVE, S. *I Get Called a Russian Bot 50 Times a Day*. Politico Magazine (on-line). 09 ago. 2017. On-line. Disponível em: <http://www.politico.com/magazine/story/2017/08/09/twitter-trump-train-maga-echo-chamber-215470>. Acessado em: 21 mar. 2021.

MYLONAKI, Dionysia; TIGAS, Panagiotis. *Unravelling a regulation machine - fake news, toxic comments and "illegitimate" culture*. **APRJA (A Peer-Reviewed Journal About)** Volume 7, Issue 1. Aarhus University. [S.l.], 2018. On-line. Disponível em: <https://aprja.net/article/view/115067>. Acessado em: 01 mai. 2020.

NEDEFF, Beatriz Araújo. Desglobalização X Reglobalização: As Novas Megatendências Mundiais – Palestra de Marcos Troyjo. **Revista Expressão**, Edição v. 8 n. 1, Publicado 01 fev. 2019. On-line. Disponível em: <https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwjA69mtisT0AhVWppUCHQ9hD3kQFnoECA0QAQ&url=https%3A%2F%2Fportaldeperiodicos.unibrasil.com.br%2Findex.php%2Frevistaexpressao%2Farticle%2Fview%2F4502%2F3168&usq=AOvVaw0veP0z1KnJmvgkZvGxcPCN>. Acessado em: 21 jun. 2020.

NEGROPONTE, N. *Being Digital*, Alfred A. Knopf, 1995.

NEWMAN, Nic; et tal. **Reuters Institute Digital News Report 2020**. Reuters Institute. Reino Unido: 2020. Disponível em: https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2020-06/DNR_2020_FINAL.pdf. Acessado em: 10 nov. 2021.

NYHAN, Brendan; REIFLER, Jason. *When Corrections Fail: The Persistence of Political Misperceptions*. Political Behavior · Jun 2010. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/225336846>. Acessado em: 27 nov 2011.

O GLOBO. Facebook e Cambridge Analytica trabalharam para Trump após vazamento de dados. **O Globo**, 21 mar 2018. On-line. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/mundo/facebook-cambridge-analytica-trabalharam-para-trump-apos-vazamento-de-dados-1-22510991#ixzz5RYypzYoy>. Acessado em: 18/09/2018.

OLAYA, Vicente G. Cenas de uma pandemia de 1.500 anos atrás que se repetem hoje. **El País**. Madri, 11 abr. 2020. On-line. Disponível em: <https://brasil.elpais.com/cultura/2020-04-11/cenas-de-uma-pandemia-de-1500-anos-atras-que-se-repetem-hoje.html>. Acessado em: 08 abr. 2021.

- OTAN – Organização do Tratado do Atlântico Norte. Robotrolling.** NATO Strategic Communications Centre of Excellence. Set/2017. On-line. Disponível em: <http://www.stratcomcoe.org/robotrolling-20171>. Acessado em: 10 out. 2020.
- OSÓRIO, Aline. **Direito eleitoral e liberdade de expressão.** Belo Horizonte: Fórum. 2017.
- OWEN, L. Hazard. *Next up in the world of “information disorder”: Messaging apps and doctored audio and video.* NiemanLab, Nov. 2017. On-line. Disponível em: <http://www.niemanlab.org/2017/11/next-up-in-the-world-of-information-disorder-messaging-apps-and-doctored-audio-and-video/>. Acessado em: 06 jul. 2018.
- PAGANOTTI, Ivan Leonardo; SAKAMOTO, Moretti; RATIER, Rodrigo Pelegrini. **“Mais fake e menos news”: resposta educativa às notícias falsas nas eleições de 2018.** In: COSTA, Cristina; BLANCO, Patrícia (Orgs). *Liberdade de expressão: questões da atualidade.* São Paulo: ECA-USP, 2019, p. 52-66. On-line. Disponível em: <http://www.livrosabertos.sibi.usp.br/portaldelivrosUSP/catalog/book/408>. Acessado em: 03 abr. 2021.
- PAIVA, Fernando. **26% dos brasileiros afirmam ter recebido spam político por WhatsApp.** Mobile Time, 10 de dezembro de 2018. Disponível em: <https://www.mobilettime.com.br/noticias/10/12/2018/26-dos-brasileiros-afirmam-ter-recebido-spam-politico-por-whatsapp/>. Acesso em: 13 nov 2021.
- PARKER, G., VAN ALSTYNE, M., CHOUDARY, S.P. *Platform Revolution: how networked markets are transforming the economy and how to make them work for you.* New York, London: W. W. Norton & Company. 2016.
- PAUL, Christopher; MATTHEWS Miriam. *The Russian “Firehose of Falsehood” Propaganda Model: Why It Might Work and Options to Counter It.* RAND Corporation, Santa Monica, Calif.: 20 jun 2016. Disponível em: <https://www.rand.org/pubs/perspectives/PE198.html>. Acessado em: 20 nov. 2021.
- PENNEY, Jon. *Chilling Effects: Online Surveillance and Wikipedia Use.* **Berkeley Technology Law Journal**, 31.1, 2016. Disponível em: <https://ssrn.com/abstract=2769645>. Acessado em: 19 nov 2021.
- PEPERMANS, Yves; MAESELE, Pieter. *Climate Change Journalism: From Agony to Agonistic Debate.* **Desenvolvimento e Meio Ambiente**, v. 40, p. 125-140, [S.l.], abr. 2017. DOI: 10.5380/dma.v40i0.49257. On-line. Disponível em: <https://revistas.ufrpr.br/made/article/view/49257>. Acessado em: 21 jun. 2020.
- PEREIRA, Jane Reis Gonçalves. **Interpretação constitucional e direitos fundamentais.** 2. Ed., Rio de Janeiro: Saraiva, 2018
- PETROLA, José Ismar. *Fake news, guerra cultural e crise de credibilidade do jornalismo nas eleições de 2018.* In: COSTA, Cristina; BLANCO, Patrícia (Orgs). **Liberdade de expressão: questões da atualidade.** São Paulo: ECA-USP, 2019, p. 84-110. On-line. Disponível em: <http://www.livrosabertos.sibi.usp.br/portaldelivrosUSP/catalog/book/408>. Acessado em: 03 abr. 2021.
- PIMENTA, Guilherme. **“Ao tentar ser esfera pública digital online, Internet frustrou expectativas”.** Jota: Brasília, 07 mai 2019. Disponível em: <https://www.jota.info/coberturas-especiais/liberdade-de-expressao/ao-tentar-ser-esfera-publica-digital-online-Internet-frustrou-expectativas-07052019>. Acessado em: 20 nov 2021.
- PINHEIRO, Guilherme Pereira. O princípio da neutralidade de rede na Internet: uma análise regulatória e concorrencial. **Prismas: Direito, Políticas Públicas e Mundial**, Brasília, v. 5, n. 2, p. 235-254, jul./dez 2008. On-line. Disponível em: <https://www.publicacoesacademicas.uniceub.br/prisma/article/view/682/570>. Acessado em: 19 nov. 2021.

- b. _____, **A Comunicação Social Eletrônica no Brasil: Marco Regulatório e Convergência Tecnológica**. Dissertação de Mestrado. CEUB - Centro Universitário de Brasília. 2008. On-line. Disponível em: <https://repositorio.uniceub.br/jspui/bitstream/123456789/3559/3/GUILHERME%20PINHEIRO.pdf>
- PINHEIRO, Guilherme Pereira. **Liberdade de Expressão e Neutralidade de Rede na Internet**. 1. ed. - Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2017.
- PINHEIRO, Guilherme Pereira. **Controvérsias Jurídicas Contemporâneas – Módulo 1: Regulação e Internet**. Notas de Aula de Mestrado Profissional em Direito. IDP, Brasília, 2020
- PIVARO, G. Fasolo; KLEINKE, M. Urban; GIROTTO JÚNIOR, Gildo. **Uma investigação acerca das concepções de jovens mais propensos a crerem em notícias falsas de cunho científico**. In: IX SEMINÁRIO INTERNO DO PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO MULTIUNIDADES EM ENSINO DE CIÊNCIAS E MATEMÁTICA (PECIM), 9, 21 e 22 de out. de 2019, Campinas, SP. *Anais eletrônicos* Campinas, SP: Instituto de Física Gleb Wataghin / UNICAMP, 2019.
- PODER360. **Rússia tenta interferir nas eleições norte-americanas de 2020, diz FBI**. PODER360, 23 jul 2019. Disponível em: <https://www.poder360.com.br/internacional/russia-tenta-interferir-nas-eleicoes-norte-americanas-de-2020-diz-fbi/>. Acessado em 01 mar 2021.
- PONDSFORD, D. *The decline of local journalism is a far greater threat to media plurality than Rupert Murdoch*. **The Press Gazette**. 31 mar. 2017. On-line. Disponível em: <http://www.pressgazette.co.uk/the-decline-of-local-journalism-is-a-far-greater-threat-to-media-plurality-than-rupert-murdoch/>. Acessado em: 19 mar. 2021.
- PONTES, Felipe. **TSE e ministros do STF defendem lisura de urna eletrônica**. Agência Brasil: Brasília, 10 mar 2020. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/justica/noticia/2020-03/tse-e-ministros-do-stf-defendem-lisura-de-urna-eletronica>. Acessado em: 15 nov 2021.
- POPPI, Cesare. **Wider Horizons with Larger Details: Subjectivity, Ethnicity, and Globalization**. In Alan Scott (ed.), *The Limits of Globalization: Cases and Arguments*. Londres, Routledge, 1997.
- QIU, X.; MENCZER F.; OLIVEIRA, D. F. M.; SHIRAZI, A.S.; FLAMMINI, A. **Limited Individual Attention and Online Virality of Low-Quality Information**. *Nature Human Behaviour*. 2017. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/318160572>. Acessado em: 20 mai. 2020.
- RAINIE, Lee; ANDERSON, Janna; ALBRIGHT, Jonathan. **The Future of Free Speech, Trolls, Anonymity, and Fake news Online**. Pew Research Center. 29 mar. 2017. On-line. Disponível em: <https://sci-hub.im/https://pdfs.semanticscholar.org/a444/47ae039ead25900a844a4d900b88a01e63d8.pdf>. Acessado em: 20 mai. 2020.
- RAMOS, Daniela Osvald. Caminhos para uma reflexão sobre discurso de ódio, liberdade de expressão e pensamento-cálculo. In: COSTA, Cristina; BLANCO, Patrícia (Orgs). **Liberdade de expressão: questões da atualidade**. São Paulo: ECA-USP, 2019, p. 18-33. On-line. Disponível em: <http://www.livrosabertos.sibi.usp.br/portaldelivrosUSP/catalog/book/408>. Acessado em: 03 abr. 2021.
- RATKIEWICZ J.; CONOVER, M. D.; MEISS, M; GONCALVES, B.; FLAMMINI, A.; MENCZER, F. **Detecting and Tracking Political Abuse in Social Media**. Proceedings of the Fifth International AAAI Conference on Weblogs and Social Media. Center for Complex

Networks and Systems Research. School of Informatics and Computing. Indiana University. Bloomington, IN, USA 2011. On-line. Disponível em: <https://www.aaii.org/ocs/index.php/ICWSM/ICWSM11/paper/view/2850>. Acessado em: 21 jun. 2020.

REIS, MARCO A. Extremistas de direita e esquerda são os propagadores de *fake news* - ENTREVISTA COM PATRICK MARQUES CIARELLI. **Trama**. Vol. 8, No 1, 2019: Dossiê Fake news, pós-verdade(s) e economia criativa. p. 153-159. On-line. Disponível em: <http://periodicos.estacio.br/index.php/trama/article/view/7592/47966395>. Acessado em: 14 abr. 2021.

RENARD, Jean-Bruno. Um gênero comunicacional: os boatos e as lendas urbanas. **Revista FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia** [on-line]. abr. 2007. On-line. Disponível em: <https://www.redalyc.org/pdf/4955/495550188015.pdf>. Acesso em: 17 abr. 2019.

REUTERS INSTITUTE FOR THE STUDY OF JOURNALISM. *Digital News Report 2017*. 2017. On-line. Disponível em https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/Digital%20News%20Report%202017%20web_0.pdf. Acessado em: 20 mar. 2021.

ROOZENBEEK, Jon; LINDEN Sander Van der. *The Fake News Game: Actively Inoculating Against the Risk of Misinformation*. **Journal of Risk Research**, Volume 22, Issue 5, 2018. Disponível em: <https://www.nature.com/articles/s41599-019-0279-9.pdf>. Acessado em: 19 nov 2021.

ROZENSHTAIN, Alan Z. *Surveillance Intermediaries*. Stanford Law Review, vol. 70, issue 1, jan. 2018. Disponível em: <https://www.stanfordlawreview.org/print/article/surveillance-intermediaries/>. Acessado em: 19 nov 2021.

REIDENBERG, Joel R. *Lex Informatica: The Formulation of Information Policy Rules through Technology*. **Texas Law Review** Volume 76, Number 3, fev. 1998. Disponível em: https://ir.lawnet.fordham.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1041&context=faculty_scholarship. Acessado em: 22 mai 2021.

RISSO, Carla de Araujo. Tipologia da desinformação e a difusão de conteúdo enganoso nas eleições de 2018. In: COSTA, Cristina; BLANCO, Patrícia (Orgs) . **Liberdade de expressão: questões da atualidade**. São Paulo: ECA-USP, 2019, p. 67-83. On-line. Disponível em: <http://www.livrosabertos.sibi.usp.br/portaldelivrosUSP/catalog/book/408>. Acessado em: 03 abr. 2021.

RITTEL, Horst W. J.; WEBBER, Melvin M. *Dilemmas In A General Theory Of Planning*. Springer NaturePrint. **Policy Sciences**, vol 4, no. 2, [S.l.], 1973, pp. 155-169. On-line. Disponível em: <https://www.theism.org/ISRM-dilemmas-in-a-general-theory-of-planning.pdf>. Acessado em: 06 abr. 2021.

ROCHA, Henrique; OLIVEIRA, Vanessa; GUEDES, Jéssica. **Nota Técnica – PL 2630/2020 – Lei Brasileira de Liberdade, Responsabilidade e Transparência na Internet – Fake News – Desinformação**. Peck Advogados: São Paulo/SP, 09 nov 2021. Disponível em: <https://www.migalhas.com.br/depeso/354793/fake-news-consideracoes-necessarias-sobre-opl-2630-20>; https://drive.google.com/file/d/1NyFwL_3HH8qL83utbHtBkaqOB5BHZb41/view. Acessado em: 03 dez 2021.

ROCHET, Jean-Charles. TIROLE, Jean. *Platform competition in two-sided markets*. **Journal of the European Economic Association** No 1(4), June, 2003. 990 –1029. On-line. Disponível em: <https://www.rchss.sinica.edu.tw/cibs/pdf/RochetTirole3.pdf>. Acessado em: 06 abr. 2021.

ROMANINI. Anderson Vinicius; MIELLI, Renata Vicentini. Mentiras, discurso de ódio e

desinformação violaram a liberdade de expressão nas eleições de 2018. *In*: COSTA, Cristina; BLANCO, Patrícia (Orgs) . **Liberdade de expressão: questões da atualidade**. São Paulo: ECA-USP, 2019, p. 34-51. On-line. Disponível em: <http://www.livrosabertos.sibi.usp.br/portaldelivrosUSP/catalog/book/408>. Acessado em: 03 abr. 2021.

ROSCOE, Beatriz. **Ex-presidentes do TSE assinam uma nota em defesa da urna eletrônica**. Entre os signatários estão 9 ministros e 9 ex-ministros do STF. Dos atuais, só Kassio Nunes Marques não assinou. Poder360: 02 ago. 2021. Disponível em: <https://www.poder360.com.br/justica/ex-presidentes-do-tse-assinam-nota-em-defesa-da-urna-eletronica/>. Acessado em 01 dez 2021.

RUEDIGER, M. A. **Robôs, Redes Sociais e Política no Brasil: Interferências de perfis automatizados e atores políticos no debate eleitoral brasileiro**. Policy Paper 2. Rio de Janeiro: FGV DAPP, 2018. Disponível em: <https://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/bitstream/handle/10438/25740/Interfer%3%aaancias%20Robos-redes-sociais-pol%3%adtica-policy-paper-2.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acessado em: 11 nov 2021.

b. _____ **Redes sociais nas eleições 2018 - Policy paper 1 - Sala de Democracia Digital #observa2018** . Rio de Janeiro: FGV, DAPP, 05 out. 2018. Disponível em: http://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/bitstream/handle/10438/25737/Redes-Sociais-nas-Elei%C3%A7%C3%B5es18_Policy%20Paper%201.pdf?sequence=1&isAllowed=y. Acesso em: 10/11/2021.

RUEDIGER, M.A.; GRASSI, A. **Desinformação nas Eleições 2018 O debate sobre fake news no Brasil** . Policy paper 2. Rio de Janeiro: FGV, DAPP, 2019. Disponível em: <https://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/bitstream/handle/10438/29093/%5bWEB%20PT%5d%20Relat%3%b3rio%20Fake%20News%20ON%20-%20ref%20policy%20paper%202.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 10 nov. 2021.

RUEDIGER, M. A.; GRASSI, A. (Coord.). **O ecossistema digital nas eleições municipais de 2020 no Brasil: o buzz da desconfiança no sistema eleitoral no Facebook, YouTube e Twitter**. Policy paper. Rio de Janeiro: FGV DAPP, 2020. Disponível em: <https://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/bitstream/handle/10438/30061/%5bPT%5d%20Estudo%202%20%2b%20Ficha%20e%20ISBN%20%281%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acessado em: 10/11/2021.

b. _____ **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://democraciadigital.dapp.fgv.br/wp-content/uploads/2020/11/Relatorio-1-Texto.pdf>. Acesso em: 10/11/2021.

RUIZ, Gabriel Pansardi. Censura e a atividade jornalística nas eleições de 2018. *In*: COSTA, Cristina; BLANCO, Patrícia (Orgs) . **Liberdade de expressão: questões da atualidade**. São Paulo: ECA-USP, 2019, p. 184-199. On-line. Disponível em: <http://www.livrosabertos.sibi.usp.br/portaldelivrosUSP/catalog/book/408>. Acessado em: 03 abr. 2021.

SALES-CARBONELL, Jordina. **‘La plaga de Justinia segons el testimoni de Procopi’, Epidèmies i malalties contagioses a l’Edat Mitjana**. Barcelona, 04 abr. 2020. On-line. Disponível em: <https://epidemiesdatmitjana.wordpress.com/2020/04/03/la-plaga-de-justinia-segons-el-testimoni-de-procopi/> e <http://www.ircvm.ub.edu/epidemies-a-ledat-mitjana/>. Acessado em: 08 abr. 2021.

SALGANIK, M. et al. *Experimental Study of Inequality and Unpredictability in an Artificial Cultural Market*. **Science**, Vol. 311. 2006. Disponível em: https://www.princeton.edu/~mjs3/salganik_dodds_watts06_full.pdf. Acessado em: 15 nov 2021.

SANTOS, Vanessa S. dos. **Importância da vacinação**. Brasil Escola. [s.d.]. On-line. Disponível em: <https://brasilecola.uol.com.br/saude-na-escola/importancia-vacinacao.htm>. Acesso em 13 mar. 2021.

SANTOS, João Guilherme Bastos dos et al. **Das milícias digitais ao comportamento coordenado: métodos interdisciplinares de análise e identificação de bots nas eleições brasileiras**. In: BRAZILIAN WORKSHOP ON SOCIAL NETWORK ANALYSIS AND MINING (BRASNAM), 10. 2021, Evento Online. Anais [...]. Porto Alegre: Sociedade Brasileira de Computação, 2021 . p. 187-192. ISSN 2595-6094. DOI: <https://doi.org/10.5753/brasnam.2021.16138>. Disponível em: <https://sol.sbc.org.br/index.php/brasnam/article/view/16138/15979>. Acessado em: 13 nov 2021

SANTOS, Milton. **Por uma outra Globalização: do pensamento único à consciência universal**. Rio de Janeiro: Record, 2007.

SANTOS, Vanessa S. dos. **Surto de Sarampo no Brasil**. Brasil Escola. 10 ago. 2018. On-line. Disponível em: <https://vestibular.brasilecola.uol.com.br/atualidades/surto-sarampo-no-brasil.htm>. Acesso em 13 mar. 2021.

SCHAUER, Frederick. *Codifying the First Amendment: New York v. Ferber*. **The Supreme Court Review**, n. 285, 1982. On-line. Disponível em: <https://scholarship.law.wm.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=2006&context=facpubs>. Acessado em: 06 abr. 2021.

SCOTT, Mark. **Russia and China push 'fake news' aimed at weakening Europe: report**. Politico. 01 abr. 2020. On-line. Disponível em: <https://www.politico.eu/article/russia-china-disinformation-coronavirus-covid19-facebook-google/>. Acessado em: 14 abr. 2021.

Seminário Internacional Brasil-União Europeia - Fake news: Experiências e Desafios. Tribunal Superior Eleitoral e União Europeia, Brasília-DF, 21 jun. 2018. On-line. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=7Kae2Mubouw>. Acessado em: 10 mai. 2020.

SENADO FEDERAL. Projeto de Lei N° 2630, de 2020. SENADO FEDERAL: Brasília, 03 dez 2021. Autoria: Senador Alessandro Vieira (CIDADANIA/SE). Disponível em: <https://legis.senado.leg.br/sdleg-getter/documento?dm=8110634&disposition=inline>; <https://www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/materia/141944>. Acessado em: 03 dez 2021

SHAFFER, K. et al. **Democracy Hacked**. Data for Democracy. 05 mai. 2017. On-line. Disponível em: <https://medium.com/data-for-democracy/democracy-hacked-a46c04d9e6d1>. Acessado em: 20 mar. 2021.

SHAO, C.; CIAMPAGLIA, G.L.; VAROL, O.; FLAMMINI, A.; MENCZER, F. **The spread of low-credibility content by social bots**. Indiana University, Bloomington. 24 mai. 2018. On-line. Disponível em: <https://arxiv.org/pdf/1707.07592.pdf>. Acessado em: 19 mar. 2021.

SILVA NETO, Victo José da; BONACELLI, Maria Beatriz Machado; PACHECO, Carlos Américo. Política de Inovação na Era do Capitalismo de Plataformas. **IV ENEI – Encontro Nacional de Economia Industrial e Inovação - Inovação, Produtividade e os Desafios do Crescimento**. Campinas/SP: 10 a 12 set. 2019. On-line. Disponível em: https://www.researchgate.net/profile/Victo-Neto/publication/335640723_Politica_de_Inovacao_na_Era_do_Capitalismo_de_Plataformas/links/5df54c26a6fdcc2837225acb/Politica-de-Inovacao-na-Era-do-Capitalismo-de-

Plataformas.pdf. Acessado em: 14 abr. 2021.

SILVERMAN, C. Lies, ***Damn Lies and Viral Content***. Tow Center for Digital Journalism. Columbia Journalism School. New York. Fev/2015. On-line. Disponível em: <http://towcenter.org/research/lies-damn-lies-and-viral-content/>. Acessado em: 20 mar. 2021.

SILVERMAN, C.; ALEXANDER, L. ***How Teens In The Balkans Are Duping Trump Supporters With Fake News***. BuzzFeed News. 03 nov. 2016. On-line. Disponível em: https://www.buzzfeed.com/craigsilverman/how-macedonia-became-a-global-hub-for-pro-trump-misinfo?utm_term=.vxz8qAVJj#.vukajzr2R. Acessado em: 20 mar. 2021.

SIQUEIRA, Carol; TRIBOLI, Pierre. **Deputados de vários partidos reafirmam confiança na urna eletrônica**. Agência Câmara de Notícias, 10 ago 2021. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/noticias/792402-deputados-de-varios-partidos-reafirmam-confianca-na-urna-eletronica/>. Acessado em 01 dez 2021.

SOARES, Manuela Goucha. O que a história dos jornais portugueses nos ensina sobre políticos que assustaram o mundo. ***Jornal Expresso***. 04 fev 2017. On-line. Disponível em: <https://expresso.pt/sociedade/2017-02-04-O-que-a-historia-dos-jornais-portugueses-nos-ensina-sobre-politicos-que-assustaram-o-mundo-1>. Acessado em: 06 abr. 2021.

SOLOVE, Daniel J. ***The Future of Reputation Gossip, Rumor, and Privacy on the Internet***. Yale University Press, New Haven e Londres, 2007.

STANGL, Andre. **Quem tem medo do relativismo?** (on-line). [S.l.: s.n], 2019. On-line. Disponível em: <https://andrestangl.wordpress.com/2019/10/24/relativismo/>. Acessado em: 20 jun. 2020.

STEVEY, H. Guyford. *Science, Systems, and Society*. ***Journal of Cybernetics***. 1972. On-line. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/01969727208542909>. Acessado em: 06 abr. 2021.

STF, DJe 01 fev. 2016, ADI nº 4.815, Rel. Min. Cármen Lúcia. On-line. Disponível em: <http://redir.stf.jus.br/paginadorpub/paginador.jsp?docTP=TP&docID=10162709>. Acessado em: 06 abr. 2021.

STRAY, J. ***Defense Against the Dark Arts: Networked Propaganda and Counter-Propaganda***. Tow Center, Medium, 27 fev 2017. Disponível em: <https://medium.com/tow-center/defense-against-the-dark-arts-networked-propaganda-and-counter-propaganda-deb7145aa76a>. Acessado em: 20 mar 2020.

SUBRAMANIAN, S. ***Inside the Macedonian Fake News Complex***. Wired. 15/02/2017. Wired. On-line. Disponível em: <https://www.wired.com/2017/02/veles-macedonia-fake-news>. Acessado em: 20 mar. 2021.

SUNSTEIN, Cass R.; VERMEULE, Adrian. *Conspiracy Theories: Causes and Cures*. ***Journal of Political Philosophy*** 17, no. 2, 2009. On-line. Disponível em: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/j.1467-9760.2008.00325.x>. Acessado em: 06 abr. 2021.

SUNSTEIN, Cass R. ***#Republic: Divided democracy in the age of social media***, 2017, Princeton University Press.

SZAFRAN, Vinicius. **Mais de 80% das eleições no mundo são afetadas por interferência online**. Olhar Digital, 05 nov 2019. Disponível em: <https://olhardigital.com.br/2019/11/05/noticias/mais-de-80-das-eleicoes-no-mundo-sao-afetadas-por-interferencia-online/>. Acessado em 01 dez 2021.

TAMBINI, D. ***How advertising fuels fake news***. LSE Media Policy Project Blog. 24 fev 2017. On-line. Disponível em: <http://blogs.lse.ac.uk/mediapolicyproject/2017/02/24/how-advertising-fuels-fake-news/>. Acessado em: 20 mar. 2021.

b. _____. *Fake News: Public Policy Responses*. Media Policy Brief 20. London: Media Policy Project, London School of Economics and Political Science, mar 2017. Disponível em: <http://eprints.lse.ac.uk/73015/>. Acessado em: 19 nov 2021.

TAMBINI, D. *Targeted propaganda and the Italian election campaign*. London: LSE European Politics and Policy (EUROPP). 08 fev 2018. Disponível em: <http://eprints.lse.ac.uk/88731/>. Acessado em: 19 nov 2021.

b. _____. *Social Media Power and Election Legitimacy*. In: Tambini, Damian and Moore, Martin, (eds.) *Digital dominance: the power of Google, Amazon, Facebook, and Apple*. Oxford University Press, New York, NY, 2018, pp. 265-293. Disponível em: http://eprints.lse.ac.uk/87370/1/Tambini_Digital%20Dominance.pdf. Acessado em: 19 nov 2021.

TERRA, Felipe Mendonça. *Campanhas políticas, liberdade de expressão e democracia: o caso das propagandas eleitorais antecipada e negativa*. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2018. Disponível em: <https://www6g.senado.gov.br/institucional/biblioteca/arquivo-sumario-publicacao/A/15050>. Acessado em: 19 nov 2021.

TSE - Tribunal Superior Eleitoral. **Eleições 2018: acordo para não proliferação de notícias falsas conta com assinatura de 28 partidos**. 09 jul 2018. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/imprensa/noticias-tse/2018/Julho/eleicoes-2018-acordo-para-nao-proliferao-de-noticias-falsas-conta-com-assinatura-de-28-partidos>. Acessado em: 26 nov 2021.

b. _____. **TSE firma novas parcerias com entidades e empresas para combater notícias falsas**. 28 jun 2018. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/imprensa/noticias-tse/2018/Junho/tse-firma-novas-parcerias-com-entidades-e-empresas-para-combater-noticias-falsas>. Acessado em: 26 nov 2021

TSE - Tribunal Superior Eleitoral. **Campanha TSE contra Fake News é finalista do 16º Prêmio Innovare**. 03 out. 2019. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/imprensa/noticias-tse/2019/Outubro/campanha-tse-contrafake-news-e-finalista-do-16o-premio-innovare?SearchableText=ELEI%C3%87%C3%95ES%202018%20FAKE%20NEWS>. Acessado em: 26 nov. 2021.

TSE - Tribunal Superior Eleitoral. **Conheça a atuação do TSE no enfrentamento da desinformação**. 12 ago 2020. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/imprensa/noticias-tse/2020/Agosto/conheca-a-atuacao-do-tse-no-enfrentamento-da-desinformacao?SearchableText=ELEI%C3%87%C3%95ES%202018%20FAKE%20NEWS>. Acessado em: 26 nov 2021.

TSE - Tribunal Superior Eleitoral. **Urna eletrônica: relatório do TCU diz que equipamento é seguro e auditável**. TSE, 21 out. 2021. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/imprensa/noticias-tse/2021/Outubro/urna-eletronica-relatorio-do-tcu-diz-que-equipamento-e-seguro-e-auditavel>. Acessado em 01 dez 2021.

TRAUMANN, Thomas. **Como a indústria de notícias falsas dominou a eleição da França**. *Época* (on-line), 20 abr 2017. Disponível em: <https://epoca.oglobo.globo.com/mundo/noticia/2017/04/como-industria-de-noticias-falsas-dominou-eleicao-da-franca.html>. Acessado em 01 dez 2021.

TRIDENTE, Alessandra. **Direito autoral: paradoxos e contribuições para a revisão da tecnologia jurídica no século XXI**. Imprensa: Rio de Janeiro, Elsevier, Campus, 2009.

TRUBEK, David; TRUBEK, Louise. *Hard and Soft Law in the Construction of Social Europe: The Roles of the Open Method of Co-ordination*. *European Law Journal* 11: 343-64. 2005. On-line. Disponível em: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/j.1468->

0386.2005.00263.x. Acessado em: 06 abr. 2021.

TUCKER Joshua A.; et al. ***Social Media, Political Polarization, and Political Disinformation: A Review of the Scientific Literature***. William – Flora Hewlett Foundation. Mar 2018. Disponível em: <https://www.hewlett.org/wp-content/uploads/2018/03/Social-Media-Political-Polarization-and-Political-Disinformation-Literature-Review.pdf>. Acessado em: 19 nov 2021.

TUFECKI, Zeynep. ***It's the (Democracy-Poisoning) Golden Age of Free Speech***. WIRED. 16 jan. 2018. Disponível em: <https://perma.cc/HU75-3AVE>. Acessado em: 19 nov 2021.

TUROLLO JR., Reynaldo. Maioria do STF suspende voto impresso nas eleições. **Folha de São Paulo**, 6 jun. 2018. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/06/maioria-do-stf-suspende-voto-impresso-nas-eleicoes.shtml>. Acessado em 01 dez 2021.

TUSIKOV, Natasha. ***Internet Firms as Global Regulators***. GigaNet: Global Internet Governance Academic Network, Annual Symposium 2017. 22 Jan 2018. On-line. Disponível em: <https://ssrn.com/abstract=3107268> ou <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3107268>. Acessado em: 01 out. 2020.

U.S. DEPARTMENT of STATE. Pillars of Russia's Disinformation and Propaganda Ecosystem. Ago. 2020. On-line. Disponível em: https://www.state.gov/wp-content/uploads/2020/08/Pillars-of-Russia%E2%80%99s-Disinformation-and-Propaganda-Ecosystem_08-04-20.pdf. Acessado em: 14 abr. 2021.

UBERTI, D. ***The Real History of Fake news***. **Columbia Journalism Review**. 15 dez. 2016. On-line. Disponível em: https://www.cjr.org/special_report/fake_news_history.php. Acessado em: 06 jul. 2018.

VALENTE, Jonas. **Twitter divulga medidas para evitar fake news nas eleições**. Agência Brasil: Brasília, 11 ago 2018. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2018-08/twitter-divulga-medidas-para-evitar-fake-news-nas-eleicoes>. Acessado em: 19 nov 2021.

VAN GORP, N.; BATURA, O. ***Challenges for Competition Policy in a Digitalised Economy***. European Parliament. jul. 2015. On-line. Disponível em: [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2015/542235/IPOL_STU\(2015\)542235_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2015/542235/IPOL_STU(2015)542235_EN.pdf). Acessado em: 06 abr. 2021.

VAN SCHEWICK, Barbara. Internet architecture and innovation. The MIT Press Cambridge, Massachusetts, Londres, Ingraterra, 2010.

VICTOR, Fábio. **Notícias falsas existem desde o século 6, afirma historiador Robert Darnton**. Caderno Ilustríssima, Folha de São Paulo, 19/02/2017. On-line. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrissima/2017/02/1859726-noticias-falsas-existem-desde-o-seculo-6-afirma-historiador-robert-darnton.shtml>. Acessado em: 07 jul. 2018.

VIOLA, Roberto. **Seminário Internacional Brasil-União Europeia - Fake news: Experiências e Desafios**. Tribunal Superior Eleitoral e União Europeia, Brasília-DF, 21 jun. 2018. On-line. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=7Kae2Mubouw>. Acessado em: 10 mai. 2020.

VYSLOZIL, Wolfgang; SURM, Jasmin. ***The future of national news agencies in Europe - case study 1: the impact of globally changing media systems on the business and innovation policy of the European international news agencies AFP, dpa and EFE***. London School of Economics and Political Science, Department of Media and Communications, London, UK, 2019. Disponível em: <http://eprints.lse.ac.uk/100064/>. Acessado em: 15 nov 2021.

YOO, Christopher. ***Would Mandating Network Neutrality Help or Hurt Competition? A***

Comment on the End-to-end Debate. Journal of Telecommunications and High Technology, [S.l.] 2004.

YUGE, Claudio. **Chega de mentira: Google explica melhor como combate as fakes news**. Techmundo: 19 fev 2019. Disponível em: <https://www.tecmundo.com.br/Internet/138857- chega-mentira-google-explica-melhor-combate-fakes-news.htm>. Acessado em: 19 nov 2021.

WACHTER, S.; MITTELSTADT, B.; FLORIDI, L. *Why a right to explanation of automated decision-making does not exist in the General Data Protection Regulation*. **International Data Privacy Law**, 2017, Vol. 7, No. 2. On-line. Disponível em: <https://academic.oup.com/idpl/article/7/2/76/3860948>. Acessado em: 06 abr. 2021.

WARDLE, Claire, DERAKHSHAN, Hossein. **Information Disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making**. Council of Europe report DGI(2017)09. Council of Europe. 10/ 2017. On-line. Disponível em: <https://shorensteincenter.org/information-disorder-framework-for-research-and-policy-making/>. Acessado em: 10 mai. 2020.

WEBER, Rosa. Supremo Tribunal Federal. Rcl 16434. 05 mai. 2020. On-line. Disponível em: <https://static.congressoemfoco.uol.com.br/2020/05/rosa-weber-decisao-imprensa.pdf>. Acessado em: 06 abr. 2021.

WONG, Julia Carrie. *Russian agency created fake leftwing news outlet with fictional editors, Facebook says*. **The Guardian**. São Francisco, EUA: 02 set. 2020. On-line. Disponível em: <https://www.theguardian.com/technology/2020/sep/01/facebook-russia-Internet-research-agency-fake-news>. Acessado em: 14 abr. 2021.

WOOD, Abby K.; RAVEL, Ann M. *Fool Me Once: Regulating “Fake news” And Other Online Advertising*. **Southern California Law Review**, Vol. 91, p. 1244 – 1248. [S.l.], 18 set. 2018. On-line. Disponível em: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3137311. Acessado em: 10 mai. 2020.

WOOLLEY, S; HOWARD, P. **Computational Propaganda Worldwide: An Executive Summary**. University of Oxford. 2017. On-line. Disponível em: <http://comprop.oii.ox.ac.uk/wp-content/uploads/sites/89/2017/06/Casestudies-ExecutiveSummary.pdf>. Acessado em: 19 mar. 2021.

WU, T. **The attention merchants: the epic scramble to get inside our heads**. Alfred A. Knopf, New York, 2016.

WU, Tim; YOO, Christopher. *Keeping the Internet Neutral?: Tim Wu and Christopher Yoo Debate*. **Federal Communications Law Journal**: Vol. 59: Iss. 3, Article 6. 2007. Disponível em: <http://www.repository.law.indiana.edu/fclj/vol59/iss3/6>. Acessado em: 31 mai. 2018.

XP INVESTIMENTOS. **Pesquisa XP/Ipespe 11 a 14 de janeiro de 2021**. 18/01/2021. Disponível em: https://conteudos.xpi.com.br/wp-content/uploads/2021/01/Pesquisa-XP_-_2021_01.pdf. Acessado em: 11/11/2021.

ZENITHOPTIMEDIA. **Advertising Expenditure Forecasts December 2016**. Dezembro 2016. Disponível em: <<https://www.publicismedia.de/wp-content/uploads/2016/12/2016-12-05-aef-executive-summary.pdf>>. Acesso em: 11 nov. 2021.

ZUBOFF, Shoshana. **The Age of Surveillance Capitalism: the fight for a human future at the new frontier of power**. Nova York: Public Affairs, 2019