

FAKE NEWS E FORMAÇÃO DA CONSCIÊNCIA CIDADÃ: OS IMPACTOS DAS TECNOLOGIAS DIGITAIS NAS ELEIÇÕES BRASILEIRAS

Ary Henrique Coelho Vianna¹; Gabriel Oliveira Pedrosa²

¹Universidade Estadual de Goiás. E-mail: aryvianna@aluno.ueg.br; ²Universidade Estadual de Goiás. E-mail: gabrieloliveirapedrosa000@gmail.com

Resumo: Neste estudo, são analisados os efeitos das mídias digitais e da propagação de notícias falsas no contexto das eleições brasileiras, ressaltando-se os aspectos legais, éticos e sociais envolvidos. Observa-se que as plataformas digitais, ao mesmo tempo em que ampliam o acesso à informação e à participação política, têm exercido uma influência profunda na formação da opinião pública e no funcionamento das instituições democráticas. Contudo, a disseminação desenfreada de informações inverídicas, conhecidas como “*fake news*”, tem gerado sérias preocupações quanto à lisura, à transparência e à legitimidade do processo eleitoral. O trabalho propõe uma reflexão crítica sobre o fenômeno da desinformação à luz da metáfora da caverna de Platão, ressaltando como a realidade virtual e os algoritmos podem aprisionar os eleitores em bolhas informacionais que distorcem a percepção do mundo político. Além disso, são discutidas as implicações jurídicas da responsabilização de indivíduos e plataformas digitais, bem como os desafios enfrentados pelo Estado na criação de mecanismos regulatórios que preservem tanto a liberdade de expressão quanto a veracidade das informações. Conclui-se que o enfrentamento das *fake news* demanda não apenas instrumentos legais eficazes, mas também uma educação digital voltada ao pensamento crítico e à formação cidadã, de modo a fortalecer a democracia e a humanização das relações mediadas pela tecnologia.

Palavras-chave: mídias digitais; desinformação; eleições; metáfora.

INTRODUÇÃO

As redes sociais estão se tornando cada vez mais importantes na sociedade moderna para formar a opinião pública e apoiar a democracia. Essa ascendência, por outro lado, tem trazido desafios e preocupações, especialmente em relação às eleições, onde a disseminação indiscriminada de informações falsas tem sido objeto de cuidadoso escrutínio. A influência das redes sociais e a disseminação de *fake news* durante os períodos eleitorais têm levantado sérias preocupações sobre a integridade e a legitimidade do sistema democrático no Brasil, que tem uma forte polarização política e uma sociedade cada vez mais imersa no mundo digital.

Em tal situação, é imperativo realizar uma investigação e compreensão sob uma perspectiva jurídica dos complexos laços entre as redes sociais, as notícias falsas e as eleições brasileiras. O objetivo deste artigo é examinar os aspectos legais desse assunto, examinando as dificuldades e questões que surgem no combate à disseminação de informações falsas no ambiente digital durante os pleitos eleitorais. Além disso, o objetivo é fornecer informações sobre os métodos legais e regulatórios que podem ser implementados para reduzir os impactos negativos das notícias falsas e proteger a integridade do processo eleitoral.

Portanto, o objetivo deste artigo é fomentar o debate acadêmico e contribuir para a elaboração de políticas públicas destinadas a preservar a integridade do processo democrático no Brasil. Nesse sentido, busca-se assegurar a livre circulação de informações confiáveis e salvaguardar os princípios basilares que fundamentam a democracia, garantindo assim um ambiente eleitoral transparente, justo e participativo.

METODOLOGIA DE PESQUISA

Quanto aos aspectos metodológicos, o artigo buscará completar seus objetivos a partir de uma pesquisa descritiva-exploratória com base em revisões bibliográficas e análises documentais. O artigo possui cunho qualiquantitativo com o uso de dados fornecidos por instituições de pesquisa, como o IBGE, Datafolha e ONG's.

DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

CONCEITO DE *FAKE NEWS*

A expressão *fake news* foi amplamente empregada nas eleições presidenciais americanas de 2016, notavelmente pelo candidato Donald Trump, ao buscar desacreditar os veículos de imprensa que publicavam matérias críticas a ele. A mídia tradicional acabou utilizando a expressão para se referir às notícias falsas disseminadas por meio de aplicativos e redes sociais (Petrola, 2018, p. 110).

A expressão *fake news* foi eleita a palavra do ano de 2017 pela editora inglesa Collins (BBC, 2017) e o termo "pós-verdade" (post-truth) como palavra do ano em 2017 pelo Dicionário Oxford que o definiu como: "um adjetivo relacionado a ou evidenciado por situações em que fatos objetivos têm menor influência na formação da opinião pública do que apelos emocionais ou crenças pessoais" (Genesini, 2018, p. 47). A expressão, junto com o termo *fake news*, ganhou notoriedade a partir de 2016 após dois eventos de grande impacto na política internacional: o processo de saída do Reino Unido da União Europeia (Brexit) e a eleição de Donald Trump como presidente dos Estados Unidos da América.

A ideia central que permeia a menção aos termos '*fake news*' e 'pós-verdade' é a da existência de uma era de rápida produção e circulação da informação. Em resumo, as formas tradicionais de organização, seleção, classificação e exclusão discursivas são desafiadas em um ambiente onde parece não haver mais autoridade estabelecida, ou seja, onde qualquer pessoa pode expressar qualquer coisa sobre qualquer assunto de qualquer maneira.

A informação pode vir de qualquer fonte e sem nenhum critério, com o potencial de se espalhar, manipular emoções e exercer uma influência destrutiva e determinante na população, capaz talvez de definir os rumos das democracias contemporâneas (Mans, 2018).

A DIFERENÇA ENTRE DESINFORMAÇÃO E *FAKE NEWS*

A mentira no âmbito político existe desde os primórdios da civilização. O uso político da maledicência também não é uma novidade dos nossos dias. Na Roma Antiga, por volta de 33 a.C., Otaviano iniciou uma campanha difamatória contra Marco Antônio, questionando sua lealdade a Roma devido ao seu amor por Cleópatra. Em resposta, o casal contestou as origens de Otaviano, argumentando que ele era parente de Júlio César apenas por parte de mãe. Ambos chegaram a cunhar moedas com imagens que os favoreciam nesse esforço de propaganda.

O que mudou nos últimos anos, com a explosão das redes sociais, foi a escala e o meio de disseminação de mentiras, agora conhecidas como *fake news* (notícias falsas) e desinformação. Usados popularmente como sinônimos, os dois termos possuem diferenças conceituais segundo estudiosos e instituições que os utilizam.

De acordo com Eugênio Bucci, professor titular da Escola de Comunicações e Artes da USP, "*fake news* é a falsificação da forma notícia. Parece ser uma notícia jornalística, mas não é" (Bucci, 2022). O professor ainda argumenta que não se deve usar a expressão como sinônimo de mentira:

Fake news são um tipo historicamente datado de mentira. São uma criação do século XXI, que fraudula a forma notícia a partir das plataformas sociais e das tecnologias digitais que favorecem a difusão massiva de enunciados. As *fake news* não existem desde sempre (Bucci, 2022).

Já a desinformação, de acordo com o professor, trata-se de um ambiente comunicacional hostil à informação.

A desinformação é o efeito geral da disseminação de *fake news* e de outros recursos para enganar ou manipular pessoas ou públicos com fins inescrupulosos. Na era da desinformação, a capacidade social de distinguir fato e opinião se desfaz (Bucci, 2022).

Portanto, falsidades e rumores com ampla propagação social não constituem um fenômeno contemporâneo. A prensa de Gutenberg possibilitou a impressão em massa de livros no decorrer do século XV, alimentando o ideal de um mundo progressivamente esclarecido, com acesso ao conhecimento e às "verdades" científicas. Contudo, concomitantemente, essa inovação também permitiu que inumeráveis panfletos difundissem toda sorte de notícias inverídicas.

Muito antes da existência da Internet, teorias da conspiração como "Elvis não morreu" ou a alegação de que o homem jamais pisou na Lua circulavam no imaginário coletivo, sendo

aceitas como verdade por parcela da população (Mans, 2018). Em síntese, não é de hoje que mentimos, geramos desinformações e adotamos teorias conspiratórias das mais delirantes.

O fenômeno da desinformação possui uma dimensão manifestamente política, na medida em que pode moldar a percepção da realidade. Em contextos de guerra, a produção de falsidades com fins políticos ocorre de forma ainda mais explícita. Um exemplo clássico disso são as falsas estações de rádio alemãs, transmitidas no Reino Unido durante a Segunda Guerra Mundial, onde um interlocutor inglês se fazia passar pelo alemão Der Chef, disseminando comentários contra o líder nazista Adolf Hitler (Itagiba, 2019).

Outro exemplo célebre são as manipulações de imagens, parte de um extenso projeto de revisionismo histórico, efetuadas na União das Repúblicas Socialistas Soviéticas (URSS). A série de fotografias abaixo, datada originalmente de 1926, ilustra a progressão de alterações nas imagens com o intuito de eliminar membros que perdiam a simpatia do líder Josef Stalin (Macdonald, 2018).

Figura 1: Série fotográfica de Josef Stalin.



Fonte: Extraído de Macdonald, F. (30 de janeiro, 2018). A manipulação de imagens pelos soviéticos, muito antes da era das *'fake news'*. BBC. Foto: The David King Collection at Tate.

Ainda neste cenário, Hannah Arendt em fevereiro de 1967 publicou o texto *Truth and Politics* na revista *The New Yorkers* no qual menciona o fato de que a mentira é um instrumento necessário na política,

As mentiras foram sempre consideradas como instrumentos necessários e legítimos, não apenas na profissão de político ou demagogo, mas também na de homem de estado. Por que será assim? E o que é que isso significa no que se refere à natureza e à dignidade do domínio político, por um lado, e à natureza e à dignidade da verdade e da boa-fé, por outro? Será da própria essência da verdade ser impotente e da própria essência do poder enganar? E que espécie de realidade possui a verdade se não tem poder no domínio público, o qual, mais do que qualquer outra esfera da vida humana, garante a realidade da existência aos homens que nascem e morrem - quer dizer, seres que sabem que surgiram do não-ser e que voltarão para aí depois de um breve momento? Finalmente, a verdade impotente não será tão desprezível como o poder despreocupado com a verdade? (Arendt, 2017).

Além do jogo político, a desinformação e *fake news* já causaram guerras reais na contemporaneidade.

Em setembro de 2017, a equipe do BBC Reality Check, criada para identificar e relatar notícias falsas, confirmou como uma série de imagens manipuladas "intensificou" a crise dos rohingya, o povo muçulmano que constitui 5% da população de Mianmar, composta por 60 milhões de habitantes, e que a Organização das Nações Unidas (ONU) afirma ter sido alvo de limpeza étnica.

As imagens em questão eram fotos e vídeos de conflitos ocorridos há décadas, como a guerra de Ruanda, utilizadas como propaganda para acusar os rohingyas de violência. Essas fotos circularam antes do aumento da violência no norte de Mianmar, explicou a BBC. "Foi extremamente chocante, difamatório e, em grande medida, equivocado", afirmou Jonathan Head, correspondente da BBC no sudeste asiático.

O IMPACTO DAS REDES SOCIAIS E *FAKE NEWS* NO PROCESSO ELEITORAL

As redes sociais revolucionaram o panorama da comunicação contemporânea, influenciando substancialmente a política e a democracia. Elas proporcionam uma plataforma sem precedentes para a mobilização, o engajamento político e o debate público, democratizando a esfera da comunicação ao possibilitar que qualquer indivíduo com acesso à internet possa expressar suas opiniões, compartilhar informações e interagir com políticos e outros eleitores.

No entanto, o papel das redes sociais na democracia é ambivalente. Por um lado, elas podem fortalecer a democracia ao promover a participação política e a prestação de contas, facilitando o acesso à informação e a organização de movimentos sociais. Por outro lado, as redes sociais também podem servir de palco para a disseminação de *fake news*, discursos de ódio e campanhas de desinformação, o que representa um desafio para a integridade do processo

eleitoral. A influência das redes sociais no debate público e na opinião dos eleitores é profunda, podendo moldar a percepção pública sobre questões políticas, candidatos e políticas, tanto positiva quanto negativamente.

A análise do papel das redes sociais na democracia moderna exige uma compreensão de como essas plataformas alteram a dinâmica do debate político, a formação da opinião pública e o comportamento eleitoral. Ademais, é crucial examinar as medidas adotadas por governos, organizações da sociedade civil e as próprias plataformas de redes sociais para mitigar os riscos associados à sua utilização no contexto eleitoral, equilibrando a promoção da liberdade de expressão com a proteção contra a desinformação e a manipulação eleitoral.

Diferentemente de erros jornalísticos, que são corrigidos pelos veículos de mídia responsáveis, as *fake news* são criadas intencionalmente para desinformar ou manipular a opinião pública. No contexto eleitoral, essas notícias falsas têm o potencial de distorcer a percepção dos eleitores sobre candidatos e questões políticas, influenciando indevidamente os resultados das eleições.

O impacto das *fake news* nas eleições é multifacetado e profundamente preocupante. Elas podem comprometer a integridade do processo eleitoral, diminuir a confiança nas instituições democráticas, polarizar a sociedade e fomentar a desconfiança generalizada nas informações veiculadas pela mídia. Casos notórios de disseminação de *fake news* em eleições recentes, como as eleições presidenciais dos Estados Unidos em 2016, o plebiscito do Brexit no Reino Unido e as eleições brasileiras em 2018, demonstram a capacidade dessas notícias de alterar o curso do debate público e influenciar a decisão dos eleitores.

As estratégias eleitorais no Brasil têm passado por notáveis transformações, especialmente no que tange ao uso de redes sociais como método de divulgação de propaganda política. Historicamente, os partidos políticos, ao lançar candidaturas, buscavam formar coligações com outros partidos para ampliar seu espaço nas propagandas eleitorais gratuitas transmitidas por rádios e televisões (Resolução TSE nº 23.551/2017), que representavam a principal plataforma para expor suas propostas de governo.

Com a popularização das redes sociais e o elevado número de usuários no Brasil, por exemplo, o WhatsApp é a rede social mais utilizada no Brasil. Segundo dados divulgados pelo Digital 2024: Global Overview Report, entre os usuários de internet com idades entre 16 e 64 anos, 93% o utilizam. Em média, um brasileiro passa 24h14min conectado à plataforma no mês. A internet tornou-se um veículo primordial para a disseminação de informações, modificando substancialmente o contexto político no país (Mello, 2020, p. 18).

As mudanças nas regras eleitorais introduzidas pela lei nº 13.488/2017, que proibiu doações de pessoas jurídicas aos partidos, permitiu a troca de legendas e reduziu o tempo de campanha eleitoral, juntamente com a diminuição do horário eleitoral gratuito, obrigaram os partidos políticos a repensarem suas estratégias, buscando novas formas de se comunicar com os eleitores.

As eleições de 2018 foram as primeiras a operar sob essas novas regras eleitorais, fazendo com que o financiamento das campanhas se baseasse em doações de pessoas físicas e recursos públicos provenientes do Fundo Especial para Financiamento de Campanha, distribuído entre os partidos de acordo com o número de representantes no Congresso Nacional, devido à proibição de doações empresariais para candidatos.

Com um grande percentual de eleitores indecisos que aguardam o período de propaganda eleitoral para definir seu voto, e a redução do tempo de propaganda eleitoral gratuita, que passou de 130 minutos diários em 2014 para 120 minutos em 2018, era imperativo reformular a estratégia para alcançar o maior número de eleitores possível. Assim, a divulgação das ideias dos candidatos por meio das redes sociais consolidou-se como um procedimento essencial, principalmente entre os candidatos com pouco tempo de propaganda eleitoral gratuita.

Em 2018, o Brasil contava com 127 milhões de usuários do Facebook, posicionando-se como o terceiro país no ranking mundial, atrás apenas da Índia e dos Estados Unidos, e 450 milhões de usuários do WhatsApp, aplicativo instalado em 99% dos celulares brasileiros (Ventura, 2020, p. 1). Este vasto universo de usuários não podia ser ignorado. Nas próprias mensagens compartilhadas pelas redes sociais, utilizadas para difundir propagandas eleitorais, havia a sugestão de disseminá-las ao maior número possível de pessoas, com a alegação de que a mídia tradicional não o faria, por não ser do interesse das grandes corporações. Surge, assim, o compartilhamento em massa, especialmente entre grupos de WhatsApp e Facebook criados para esse propósito, remodelando o papel da propaganda eleitoral tradicional.

As mensagens manipulavam as notícias, utilizando montagens de imagens e informações aparentemente verídicas, muitas vezes feitas de maneira amadora. Com o uso de expressões impactantes e linguagem popular, essas mensagens conquistaram a simpatia do público, que espontaneamente se tornou um cabo eleitoral gratuito.

A disseminação de notícias nas redes sociais ocorre em círculos, formados por vínculos entre pessoas inicialmente mais próximas, como familiares, amigos e vizinhos, que gradualmente se expandem para amigos mais distantes, até que se torna quase impossível rastrear a origem da mensagem. Esse modelo de uso de rede social, quando aplicado ao

marketing eleitoral, substitui o "corpo-a-corpo", que era o método mais comum de difusão de plataformas eleitorais (Silva, Kerbaudy, 2019, p. 129).

O COMBATE ÀS *FAKE NEWS*

O problema político da disseminação massiva de *fake news* como estratégia de poluição e manipulação do debate público tem sido alvo de políticas públicas e tentativas de regulamentação em diversas partes do mundo. Em linhas gerais, os enfrentamentos legislativos adotam duas abordagens básicas: a responsabilização das plataformas ou a estratégia punitivista com a fixação de penas elevadas. A presente seção visa realizar uma análise pontual de duas iniciativas legislativas que ilustram essas duas abordagens.

O modelo de regulamentação de plataformas é exemplificado pela lei alemã, NetzDG, enquanto o modelo de criminalização das *fake news* é ilustrado pela lei implementada na Malásia em 2018. A análise dessas propostas permite um retrato comparativo para a avaliação dos numerosos projetos de lei em tramitação no Congresso Nacional que visam o combate às *fake news*.

A NetzDG, também conhecida como "Lei de Execução da Rede", entrou em vigor na Alemanha em 2017 e é um exemplo de abordagem que responsabiliza as plataformas digitais. A lei exige que plataformas com mais de 2 milhões de usuários registrem um sistema eficaz de gerenciamento de queixas e removam conteúdo claramente ilegal dentro de 24 horas após a notificação. Para casos mais complexos, as plataformas têm até sete dias para tomar uma decisão. O não cumprimento dessas exigências pode resultar em multas pesadas, que podem chegar a 50 milhões de euros. A intenção é assegurar que as plataformas adotem uma postura proativa na moderação de conteúdos, minimizando a propagação de informações falsas e discursos de ódio.

Por outro lado, a Malásia introduziu em 2018 uma legislação que criminaliza a disseminação de *fake news*, impondo penas rigorosas a indivíduos e entidades que compartilham informações falsas. A lei prevê multas que podem chegar a 500.000 ringgits (cerca de 120.000 dólares) e até seis anos de prisão para os infratores. Embora esta abordagem vise dissuadir a criação e disseminação de *fake news* através da aplicação de penalidades severas, ela também levanta preocupações significativas sobre o potencial abuso para silenciar a dissidência e restringir a liberdade de expressão, especialmente em contextos onde a definição de "notícia falsa" pode ser subjetiva e manipulável.

A análise dessas duas abordagens oferece uma visão valiosa para a formulação de políticas no Brasil. A abordagem alemã foca na responsabilização das plataformas, obrigando-

as a agir como guardiãs do conteúdo e a remover rapidamente as *fake news*. Isso promove um ambiente de maior responsabilidade por parte das plataformas, sem necessariamente criminalizar os indivíduos que compartilham informações. Por outro lado, a abordagem punitivista da Malásia, ao criminalizar diretamente a disseminação de *fake news*, busca uma dissuasão mais direta, mas corre o risco de ser usada para fins políticos, ameaçando a liberdade de expressão.

Os projetos de lei em tramitação no Congresso Nacional brasileiro que visam combater as *fake news* podem se beneficiar da análise dessas duas abordagens, buscando um equilíbrio que combine a responsabilização das plataformas com medidas que garantam a liberdade de expressão e evitem o uso indevido da legislação para censura.

Durante as eleições presidenciais de 2018, o Tribunal Superior Eleitoral (TSE) anunciou a criação de uma força-tarefa para combater as *fake news* no período eleitoral. Este Conselho Consultivo sobre Internet e Eleições, composto por membros do TSE, Abin, sociedade civil e Exército, tinha como objetivo monitorar preventivamente usuários na rede para evitar a difusão de *fake news*, além de desenvolver pesquisas e propor ações e políticas públicas. Em maio de 2019, o jornal Estadão tentou obter as atas das reuniões do Conselho através da Lei de Acesso à Informação, mas foi informado que elas eram sigilosas até 2023. Desde as eleições de 2018, o Conselho não se reuniu novamente.

Uma das medidas implementadas pelo TSE em 2018 foi o lançamento do site “Esclarecimento sobre informações falsas”, que compilava links de agências de checagem de fatos. O TSE também organizou eventos, como o seminário internacional "FakeNews e Eleições", em parceria com a União Europeia, para debater estratégias de combate à proliferação de notícias falsas no período eleitoral. Este evento contou com a participação de representantes do Google, Facebook, WhatsApp, especialistas do FBI, Polícia Federal brasileira, OEA, Judiciário e sociedade civil.

O Facebook, reconhecendo seu papel na disseminação de *fake news*, fez parcerias com agências de checagem de fatos brasileiras, como a Agência Lupa e a Aos Fatos. Em 2019, implementou um verificador de notícias integrado à plataforma e uma "aba de qualidade" para ajudar administradores de páginas a identificar conteúdos falsos. A política envolvia reduzir o alcance de conteúdos considerados falsos e alertar administradores de páginas que reproduzem tais notícias.

O WhatsApp, por sua vez, reduziu o limite de mensagens encaminhadas para cinco contatos ou grupos em janeiro de 2019, dificultando o compartilhamento em massa de notícias falsas. Chris Daniels, presidente da plataforma, anunciou várias medidas para combater *fake*

news, incluindo a remoção de contas de spam, sinalização de reenvio de mensagens, parcerias com projetos de checagem de fatos como o Projeto Comprova e grandes campanhas publicitárias para conscientização.

Pesquisadores da USP e UFSCAR desenvolveram um detector de notícias falsas baseado em inteligência artificial, permitindo que usuários verifiquem a probabilidade de uma notícia ser falsa dentro do próprio aplicativo. Esta iniciativa pode oferecer uma solução eficaz para os problemas impostos pelas práticas de zero rating, sem comprometer a privacidade dos usuários.

Em junho de 2019, a busca por termos como '*fake news*' e 'notícias falsas' no site da Câmara dos Deputados resultou em 19 projetos de lei focados no tema. Estes projetos variam desde a criminalização de *fake news* até propostas de inclusão do tema na grade curricular do ensino fundamental e médio, alterações na lei de direito de resposta e responsabilização de provedores de conteúdo. Para fornecer uma visão geral, foram analisadas seis propostas diferentes:

- modificação do Código Penal para incluir meios digitais nos crimes de calúnia e difamação;
- regulamentação de provedores de aplicações de Internet;
- inclusão de alfabetização digital sobre *fake news* na Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional;
- alteração do Código Eleitoral;
- classificação de *fake news* online como apologia de crime ou criminoso;
- alteração da Lei de Segurança Nacional para tipificar a produção de *fake news*.

Segue um quadro com todas as PL:

Quadro 1: Projetos de lei em trâmite no Brasil que tratam sobre fake news.

Projeto de Lei	Definição de <i>fake news</i>	Medida tomada
PL 2630/2020 – Alessandro Vieira, Cidadania	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.	Estabelece normas relativas à transparência de redes sociais e de serviços de mensagens privadas, sobretudo no tocante à responsabilidade dos provedores pelo combate à desinformação e pelo aumento da transparência na internet, à transparência em relação a conteúdos patrocinados e à atuação do poder público, bem como estabelece sanções para o descumprimento da lei.
PL 2917/2019 - Valdevan Noventa, PSC	Não define <i>fake news</i> . Trabalha com os conceitos pré-existent de calúnia, difamação e de ofensas que ensejam o direito de resposta.	Altera o Código Penal (Art. 143, sobre a retratação em casos de calúnia e difamação) e a Lei de

		Direito de Resposta a fim de incluir a Internet e suas aplicações.
PL 2601/2019 - Luís Miranda, DEM	Divulgação de informação que o autor sabe ou deveria saber inverídica e capaz de exercer influência difusa em qualquer grupo social ou pessoa, incluindo o compartilhamento em aplicativos de mensagens, redes sociais ou sítios na Internet.	Cria obrigação de indisponibilização de notícias falsas por provedores de aplicações de Internet, e responsabilidade solidária pela notícia veiculada caso não a remova após notificação de usuário.
PL 559/2019 - Paulo Pimenta, PT	Não define <i>fake news</i> .	Acrescenta parágrafo ao art. 26 da Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional, para dispor sobre a necessidade de inclusão, no currículo escolar do ensino fundamental e do ensino médio, de disciplina sobre a utilização ética das redes sociais – contra a divulgação de notícias falsas.
PL 9973/2018 - Nelson Trad, PSD	Criar, divulgar, ou compartilhar, no ano eleitoral, por qualquer meio de comunicação social, fatos sabidamente inverídicos em relação a pré-candidatos, candidatos ou partidos, capazes de exercerem influência perante o eleitorado.	Altera o art. 323 do Código Eleitoral, a fim de tipificar a disseminação de <i>fake news</i> , bem como aumentar as multas já previstas para divulgação de conteúdo falso. Possibilita responsabilização do provedor de conteúdo em caso de descumprimento de ordem judicial para remoção.
PL 9554/2018 - Pompeo de Mattos, PDT	Divulgar informação ou notícia que sabe ser falsa e que possa modificar ou desvirtuar a verdade com relação à saúde, segurança pública, economia ou processo eleitoral ou que afete interesse público relevante.	Modifica o art. 287-A do Código Penal para tipificar a divulgação de <i>fake news</i> e estabelecer as seguintes penas: detenção, de um a três anos, e multa, se o fato não constitui crime mais grave, e, para o caso de divulgação pela Internet, reclusão, de dois a quatro anos, e multa, se o fato não constitui crime mais grave. Há previsão de aumento de pena de um a dois terços se o agente divulga a informação ou notícia falsa visando obtenção de vantagem para si ou para outrem.
PL 9533/2018 - Francisco Floriano, DEM	Notícias falsas capazes de provocar atos de hostilidade e violência contra o governo.	Altera a Lei de Segurança Nacional para tipificar a produção e divulgação de <i>fake news</i> , impondo pena de reclusão, de 1 a 4 anos, nos termos do art. 22-A. Também altera o art. 23, que diz respeito a “incitar à subversão da ordem política ou social; à animosidade entre as Forças Armadas ou entre estas e as classes sociais ou as instituições civis; à luta com violência entre as classes sociais; à prática de qualquer dos crimes previstos nesta Lei, impondo reclusão de 2 a 8 anos para incitação ocorrida na Internet”.

Fonte: elaborado pelos autores a partir dos dados fornecidos pelo Senado Federal.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo principal do estudo foi realizar uma análise abrangente das características fundamentais da "era da desinformação". Para isso, começou com uma exploração conceitual dos termos "pós-verdade" e "notícias falsas", visando contextualizar a disseminação de informações falsas e a diminuição da busca pela verdade no século XXI.

Para situar o debate no contexto brasileiro, especialmente em relação aos projetos de lei em discussão no Congresso Nacional que tratam da responsabilidade das plataformas e da criminalização das *fake news*, o estudo adotou uma abordagem comparativa com as estratégias de combate à desinformação na Alemanha, examinando a legislação alemã de responsabilização das plataformas pelo conteúdo ilegal (NetzDG), e na Malásia, durante o período em que o país criminalizou a disseminação de notícias falsas.

Concluiu-se, inicialmente, pela necessidade de uma análise crítica da responsabilização das plataformas, argumentando que sua implementação nos moldes da lei alemã pode resultar em: i) remoção precipitada de conteúdos legítimos devido à pressão intensa, configurando uma forma de censura acelerada pelas plataformas; e ii) transferência da responsabilidade pelo controle do discurso público para entidades privadas que operam como grandes monopólios digitais.

Além disso, o estudo destacou a importância de criticar abordagens punitivas e legislações formuladas às pressas, como ilustrado pelo caso da Malásia, onde a criminalização das *fake news* possibilitou perseguições contra autores de discursos políticos que desagradavam aos grupos dominantes. A dificuldade em definir claramente o que constitui verdade ou *fake news* amplia o risco de aplicação arbitrária das normas punitivas.

Nesse sentido, seria mais eficaz adotar medidas de governança multipartidária para combater a desinformação, envolvendo sociedade civil, estados, setor econômico, academia e especialistas técnicos. Isso poderia incluir o desenvolvimento conjunto de estratégias de curto, médio e longo prazo, como a responsabilização civil de empresas de publicidade que utilizam *fake news* para manipulação eleitoral, a promoção da educação digital desde o ensino básico para fomentar o pensamento crítico no mundo digital, o apoio à mídia tradicional e aos jornalistas na luta contra a desinformação, e o estímulo a iniciativas de verificação de fatos por organizações independentes.

É crucial ressaltar que não existe uma solução única para resolver todos os problemas relacionados às *fake news* na contemporaneidade. No entanto, é imperativo que órgãos estatais

e o setor privado atuem imediatamente para enfrentar esse desafio complexo, especialmente diante das próximas eleições no Brasil. O estudo identifica um panorama marcado pela falta de compreensão e pela quase inatividade das políticas públicas até o momento.

REFERÊNCIAS

ARENDT, Hannah. **Verdade e Política**: entre o passado e o futuro. Trad. M. Barbosa. São Paulo: Perspectiva, 1972. (Obra original publicada em 1967). Acesso em: 20 abr. 2024.

BRASIL. **Código Penal Brasileiro – Decreto-Lei nº 2.848, de 7 de dezembro de 1940**. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/del2848compilado.htm. Acesso em: 20 abr. 2024.

BRASIL. **Decreto nº 9.204, de 23 de novembro de 2017**. Disponível em: <https://www2.camara.leg.br/legin/fed/decret/2017/decreto-9204-23-novembro-2017-785784-publicacaooriginal-154288-pe.html>. Acesso em: 20 abr. 2024.

BRASIL. **Lei nº 7.170, de 14 de dezembro de 1983**. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/17170.htm. Acesso em: 28 jun. 2019.

BRASIL. **Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014**. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/112965.htm. Acesso em: 10 jun. 2019.

BRASIL. **Lei nº 13.005, de 25 de junho de 2014**. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/113005.htm. Acesso em: 15 out. 2019.

BRASIL. **Lei nº 13.188, de 11 de novembro de 2015**. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2015/lei/113188.htm. Acesso em: 10 jun. 2019.

BRASIL. **Projeto de Lei nº 559/2019**. Câmara dos Deputados. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=2191472>. Acesso em: 20 abr. 2024.

BRASIL. **Projeto de Lei nº 2601/2019**. Câmara dos Deputados. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=2199770>. Acesso em: 20 abr. 2024.

BRASIL. **Projeto de Lei nº 2917/2019**. Câmara dos Deputados. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=2203521>. Acesso em: 20 abr. 2024.

BRASIL. **Projeto de Lei nº 3389/2019**. Câmara dos Deputados. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=2207075>. Acesso em: 20 abr. 2024.

BRASIL. **Projeto de Lei nº 9533/2018**. Câmara dos Deputados. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=2167860>. Acesso em: 20 abr. 2024.

BRASIL. **Projeto de Lei nº 9554/2018**. Câmara dos Deputados. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=2167903>. Acesso em: 20 abr. 2024.

BRASIL. **Projeto de Lei nº 9973/2018**. Câmara dos Deputados. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=2171207>. Acesso em: 20 abr. 2024.

‘Fake news’ é eleita palavra do ano e ganhará menção em dicionário britânico. BBC, 2 nov. 2017. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/internacional-41843695#orb-banner>. Acesso em: 20 abr. 2024.

GENESINI, Sérgio. **A pós-verdade é uma notícia falsa**. Revista USP, São Paulo, n. 116, p. 45–58, 2018.

GLOBAL DIGITAL REPORT. **We Are Social**. 2019. Disponível em: <https://wearesocial.com/global-digital-report-2019>. Acesso em: 20 abr. 2024.

HIGA, Paulo. **WhatsApp limita encaminhamento de mensagens para evitar fake news**. Tecnoblog, 2019. Disponível em: <https://tecnoblog.net/252279/whatsapp-limite-encaminhar-mensagens-fake-news/>. Acesso em: 20 abr. 2024.

ITAGIBA, Gabriela. **Fake news e Internet: esquemas, bots e disputa pela atenção**. Rio de Janeiro: Instituto de Tecnologia e Sociedade do Rio de Janeiro, 2017. Disponível em: https://itsrio.org/wp-content/uploads/2017/04/v2_fake-news-e-internet-bots.pdf. Acesso em: 20 abr. 2024.

MACDONALD, Fiona. **A manipulação de imagens pelos soviéticos, muito antes da era das “fake news”**. BBC, 30 jan. 2018. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/verticul-42810209>. Acesso em: 20 abr. 2024.

MANS, Mariana. **A Era da Pós-Verdade**. Revista .BR, ano 9, ed. 14, jun. 2018, p. 5–11. Disponível em: <https://www.nic.br/media/docs/publicacoes/3/revista-br-ano-09-2018-edicao14.pdf>. Acesso em: 20 abr. 2024.

MENESES, José Pedro. **Sobre a necessidade de conceptualizar o fenómeno das fake news**. Observatório (OBS*), Special Issue, v. 12, n. 4, p. 37–53, 2018. Disponível em: <http://obs.obercom.pt/index.php/obs/article/view/1376/pdf>. Acesso em: 20 abr. 2024.

REPORTERS WITHOUT BORDERS. **2018 World Press Freedom Index**. 2018. Disponível em: <https://rsf.org/en/ranking/2018>. Acesso em: 20 abr. 2024.

RIBEIRO, Márcio Moretto; ORTELLADO, Pablo. Nota Técnica nº 2: **A difusão dos boatos sobre Marielle Franco, do WhatsApp aos sites de notícia**. Monitor do Debate Político no Meio Digital, 2018. Disponível em: <http://www.monitordigital.org/notas-tecnicas/nota-tecnica-2/>. Acesso em: 20 abr. 2024.

RIBEIRO, Márcio Moretto; ORTELLADO, Pablo. **O que são e como lidar com as notícias falsas**. Sur – Revista Internacional de Direitos Humanos, São Paulo, v. 15, n. 27, p. 71–83, 2018. Disponível em: <https://sur.conectas.org/wp-content/uploads/2018/07/sur-27-portugues-marcio-moretto-ribeiro-pablo-ortellado.pdf>. Acesso em: 20 abr. 2024.

SALVADORI, Fabiana. **Banda larga no Brasil é cara e ruim; entenda**. NIC.br, 1 maio 2010. Disponível em: <https://www.nic.br/noticia/na-midia/banda-larga-no-brasil-e-cara-e-ruim-entenda/>. Acesso em: 20 abr. 2024.

SANTOS, Andreia. **O impacto do big data e dos algoritmos nas campanhas eleitorais**. Rio de Janeiro: Instituto de Tecnologia e Sociedade do Rio de Janeiro, 2019. Disponível em: <https://itsrio.org/wp-content/uploads/2017/03/Andreia-Santos-V-revisado.pdf>. Acesso em: 20 abr. 2024.

SHAHBAZ, Adrian. **Fake news, data collection, and the challenge to democracy**. In: Freedom on the Net 2018: The Rise of Digital Authoritarianism. Freedom House, 2018. Disponível em: <https://freedomhouse.org/report/freedom-net/freedom-net-2018/rise-digital-authoritarianism>. Acesso em: 20 abr. 2024.

TAN, Eugene G.; ANG, Benjamin. **Clickbait: Fake news and Role of the State**. RSIS – S. Rajaratnan School of International Studies, 9 fev. 2017. Disponível em: <https://www.rsis.edu.sg/rsis-publication/cens/col7026-clickbait-fake-news-and-role-of-the-state/>. Acesso em: 20 abr. 2024.

TAPLIN, Jonathan. **Move Fast and Break Things: How Facebook, Google, and Amazon Cornered Culture and Undermined Democracy**. New York: Little, Brown and Company, 2017.

TORRES, Rodrigo; GERHART, Nicholas; NEGAHBAN, Arash. **Epistemology in the Era of Fake news: An Exploration of Information Verification Behaviors among Social Networking Site Users**. ACM SIGMIS Database Newsletter, v. 49, n. 3, p. 78–97, ago. 2018. DOI: 10.1145/3242734.3242740. Disponível em: <https://dl.acm.org/citation.cfm?id=3242734.3242740>. Acesso em: 20 abr. 2024.

VALENTE, Jonas; PITA, Mariana. **Monopólios Digitais: concentração e diversidade na Internet**. São Paulo: Intervenções – Coletivo Brasil de Comunicação Social, 2018. Disponível em: <https://intervencoes.org.br/publicacoes/monopolios-digitais-concentracao-e-diversidade-na-internet/>. Acesso em: 20 abr. 2024.

WORLD INTERNET USER STATISTICS AND 2019 WORLD POPULATION. **Internet World Stats: Usage and Population Statistics**. 2019. Disponível em: <https://www.internetworldstats.com/stats.htm>. Acesso em: 25 jun. 2019.