

UNIVERSIDADE DE TAUBATÉ

Thayná Lorrany da Costa

**A ATUAÇÃO DO TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL NO
COMBATE AO FENÔMENO DAS *FAKE NEWS* E A
GARANTIA AO DIREITO DE LIBERDADE DE EXPRESSÃO**

Taubaté–SP

2021

Thayná Lorrany da Costa

**A ATUAÇÃO DO TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL NO
COMBATE AO FENÔMENO DAS *FAKE NEWS* E A
GARANTIA AO DIREITO DE LIBERDADE DE EXPRESSÃO**

Trabalho de Graduação necessário para a obtenção do diploma de Bacharel em Direito no Departamento de Ciências Jurídicas da Universidade de Taubaté.
Orientador: Profº Me. Lúcio Roberto Falce

Taubaté -SP

2021

Grupo Especial de Tratamento da Informação - GETI
Sistema Integrado de Bibliotecas - SIBi
Universidade de Taubaté - UNITAU

C838a Costa, Thayná Lorrany da
A atuação do tribunal superior eleitoral no combate ao fenômeno das *fake news* e a garantia ao direito de liberdade de expressão / Thayná Lorrany da Costa. -- 2021.
63f.
Monografia (graduação) - Universidade de Taubaté, Departamento de Ciências Jurídicas, 2021.
Orientação: Prof. Me. Lúcio Roberto Falce, Departamento de Ciências Jurídicas.
1. *Fake news*. 2. Liberdade de expressão. 3. Tribunal Superior Eleitoral. 4. Democracia. 5. Propaganda eleitoral. I. Universidade de Taubaté. Departamento de Ciências Jurídicas. Curso de Direito.
II. Título.
CDU - 342.727

Ficha catalográfica elaborada pela Bibliotecária Regina Márcia Cuba – CRB 8º/7416

Thayná Lorrany da Costa

A ATUAÇÃO DO TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL NO COMBATE AO FENÔMENO DAS *FAKE NEWS* E A GARANTIA AO DIREITO DE LIBERDADE DE EXPRESSÃO.

**Trabalho de Graduação necessário para a obtenção do diploma de Bacharel em Direito no Departamento de Ciências Jurídicas da Universidade de Taubaté.
Orientador: Prof^a. Me. Lúcio Roberto Falce.**

Trabalho de Graduação defendido e aprovado em ____/____/____
pela Comissão Julgadora:

Professor Me. Lucio Roberto Falce, Universidade de Taubaté.

Prof.

, Universidade de Taubaté.

A linguagem política – e com variações isto é verdade para todos os partidos políticos, desde os conservadores até os anarquistas – é projetada para fazer com que as mentiras soem verdadeiras e assassinatos sejam dignos, e para dar uma aparência de solidez ao puro vento.

George Orwell

AGRADECIMENTOS

A Deus, que permitiu todo esse caminho fosse percorrido, me concedendo sabedoria, saúde e força para superar as dificuldades encontradas. Sem Ele, nada disso seria possível.

Aos meus pais, que sonharam comigo esse momento, por todo o apoio, pelo amor incondicional, pelo cuidado diário, pela preocupação em cada noite mal dormida, e por cada incentivo nos momentos que pensei em desistir, me ensinando e mostrando que todo o sacrifício valeria à pena. Vocês são a razão pelo qual este trabalho foi realizado!

Ao meu tio (*in memorian*), por todo apoio, carinho e preocupação que teve comigo, sempre olhando e cuidando de mim. Tio, mesmo aí de cima, essa conquista também é sua!

Às minhas tias, que fazem parte das minhas melhores memórias, por cada ligação, cuidado, apoio e incentivo a cada dia. Vocês são meus exemplos de força feminina!

Aos meus primos e primas, que sempre estiveram presentes em minha vida, compartilhando momentos alegres, momentos tristes, as risadas mais sinceras, me ensinando o verdadeiro significado de amizade e família. Eu amo vocês!

Aos meus amigos, que sempre me apoiaram e compreenderam a minha ausência em determinados momentos para a concretização do meu sonho.

Aos colegas da faculdade, pela convivência durante os anos e pela troca de experiências que contribuíram para o meu crescimento pessoal e profissional.

A todos os professores, que não hesitaram em nos passar conhecimento, valores e ensinamentos, tanto acadêmicos como para a vida. Em especial, ao meu orientador por todo o direcionamento e dedicação para a confecção deste trabalho. Minha sincera gratidão por tudo.

Cada experiência vivida durante a graduação foram peças chaves para meu crescimento. Muito obrigada!

RESUMO

“Se está na *internet*, é verdade!”. Apesar de ainda ser um pensamento muito difundido, tal conceito não pode ser empregado para definir os fatos e notícias que percorrem diariamente nas redes sociais, principalmente em períodos de campanha eleitoral. O presente trabalho visa demonstrar qual a atuação do Tribunal Superior Eleitoral no combate à divulgação em massa de *fake news* durante o pleito eleitoral de 2018, seus reflexos no pleito de 2020 e quais medidas vêm tomando para coibir sua disseminação e educar os eleitores sobre o compartilhamento excessivo de informação. É notório que, com a globalização e modernidade da sociedade atual, a *internet* exerce grande influência no poder de decisão da população, refletindo também no voto do eleitor quando, ao se deparar com notícias falsas veiculadas à imagem de um determinado candidato, têm seu poder de decisão viciado, comprometendo a lisura do processo eleitoral. Com isso, buscou-se aprofundar na definição e características de identificação das *fake news*, qual a sua influência no processo eleitoral, através das redes sociais, e quais os riscos da sua disseminação aos eleitores e ao devido processo eleitoral. Após, pretende-se demonstrar quais as estratégias e medidas adotadas pelo órgão da Justiça Eleitoral a fim de coibir sua extrema divulgação, ao tempo que protege e resguarda o princípio de Liberdade de Expressão do cidadão. Faz-se necessário o questionamento uma vez que tal princípio é garantia constitucional do Estado Democrático de Direito e elemento essencial para a democracia de um país. Por fim, faz-se uma breve análise de decisões monocráticas proferidas pelo Tribunal Superior Eleitoral durante o pleito de 2018, demonstrando qual a sua efetiva participação no combate às *fake news* e na garantia de um processo eleitoral com candidaturas legítimas e atuação transparente.

Palavras-chave: *Fake news*. Liberdade de Expressão. Tribunal Superior Eleitoral. Democracia. Propaganda Eleitoral.

ABSTRACT

“If it's on the internet, it's true!”. Despite still being a widespread thought, this concept cannot be used to define the facts and news that travel daily on social networks, especially during periods of electoral campaign. This paper aims to demonstrate the role of the Superior Electoral Court in combating the mass dissemination of fake news during the 2018 election, its effects on the 2020 election and what measures have been taken to curb its dissemination and educate voters about sharing excessive information. It is notorious that, with the globalization and modernity of today's society, the internet exerts a great influence on the population's decision-making power, also reflecting on the voter's vote when, when faced with false news conveyed in the image of a particular candidate, they have its power decision-making, compromising the fairness of the electoral process. With this, we sought to deepen the definition and identification characteristics of fake news, what is its influence on the electoral process, through social networks, and what are the risks of its dissemination to voters and to the due electoral process. Afterwards, it is intended to demonstrate which strategies and measures have been adopted by the Electoral Justice body in order to curb its extreme dissemination, while protecting and safeguarding the principle of Freedom of Expression of the citizen. Questioning is necessary since this principle is a constitutional guarantee of the Democratic Rule of Law and an essential element for a country's democracy. Finally, there is a brief analysis of monocratic decisions rendered by the Superior Electoral Court during the 2018 election, demonstrating its effective participation in the fight against fake news and in guaranteeing an electoral process with legitimate candidacies and transparent performance.

Keywords: Fake news. Freedom of expression. Superior Electoral Court. Democracy. Electoral Advertising.

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

PSD – Partido Social Democrático

MDB - Movimento Democrático Brasileiro

PDT - Partido Democrático Trabalhista

PT – Partido dos Trabalhadores

PSDB – Partido da Social Democracia Brasileira

PSL – Partido Social Liberal

TSE – Tribunal Superior Eleitoral

PSOL - Partido Socialismo e Liberdade

PCdoB - Partido Comunista do Brasil

PROS - Partido Republicano da Ordem Social

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	10
2 FAKE NEWS: CONCEITO E CARACTERÍSTICAS	12
2.1 Conceito Histórico	13
2.2 Como Interpretar e Caracterizar as <i>Fake news</i>	15
2.3 <i>Fake news</i> e o Projeto de Lei nº 2.630/2020: “Lei das <i>Fake news</i> ”	17
3 AS MÍDIAS SOCIAIS COMO ESTRATÉGIA DE PROPAGANDA NO PROCESSO ELEITORAL	22
3.1 A Propaganda Eleitoral no Sistema Eleitoral Brasileiro	24
3.2 As Principais Mudanças Trazidas Pela Lei nº 13.488/2017	26
3.3 A Influência das Redes Sociais Durante o Período de Campanha Eleitoral	30
4 O DESEMPENHO DO TSE NO COMBATE ÀS FAKE NEWS E A PROTEÇÃO À LIBERDADE DE EXPRESSÃO	35
4.1 A Liberdade de Expressão no Estado Democrático de Direito	36
4.2 Os Limites da Liberdade de Expressão no Cenário Eleitoral	39
4.3 A Atuação do TSE para Combater às <i>Fake news</i> e Assegurar o Direito de Liberdade de Expressão do Eleitor	42
4.3.1 <i>A influência das fake news durante as eleições de 2018 e seus reflexos nas eleições de 2020</i>	43
4.3.2 <i>A atuação do TSE e das agências de fact-checking no combate à desinformação</i>	46
4.3.3 <i>Medidas e estratégias de decisões monocráticas adotadas pelo TSE durante o pleito eleitoral de 2018</i>	48
5 CONCLUSÃO	51
REFERÊNCIAS	53

1 INTRODUÇÃO

A humanidade vem experimentando novas formas de se aproximar do mundo e isso se deve ao fenômeno de globalização, que facilitou os meios de comunicação entre os povos na década de 70 e 80. A população ansiava por um meio de comunicação instantâneo e, atualmente, o Rádio e a Televisão estão se tornando cada vez mais subsidiários, uma vez que estamos nos aproximando de ser a última geração que nasceu sem o convívio e contato das ferramentas instantâneas de comunicação.

Desde então, a Internet tem sido utilizada para as mais diversas relações sociais, inclusive, para fomentar discussões políticas e eleitorais e a participação política da sociedade, sejam elas em redes sociais, fóruns de debates etc. Essa relação tem gerado muitos efeitos, principalmente após a alteração na legislação eleitoral, que permite o uso deste mecanismo nas propagandas eleitorais dos candidatos. Entretanto, é de se notar que esse meio de comunicação está sendo utilizado para promover discussões baseadas em notícias falsas e mentirosas.

A deliberação das notícias falsas, comumente conhecidas como *fake news*, é danosa para a própria “saúde” do Estado Democrático, que não deve assumir um papel de regime meramente eleitoral e se vincular apenas a regra da maioria, mas sim, de garantir liberdade e respeito a todos os membros de uma comunidade. Cabe frisar que a desinformação em período eleitoral é uma “via de duas mãos”: excluem e afastam aqueles que são alvos das notícias e interfere na livre decisão do eleitorado.

Por outro lado, para o bom exercício da Democracia, deve-se haver uma garantia à liberdade de expressão do público eleitorado, uma vez que este é o princípio regedor do Estado Democrático, e sem ela não há qualquer possibilidade de discussões que promovam o poder e a soberania do povo.

É importante também que haja uma correta interpretação e caracterização do termo *fake news* a fim de não restringir o pensamento do eleitor, uma vez que ainda não se tem uma conceituação do termo previsto em lei. A atenção a este aspecto se dá pelo fato de, sendo a democracia o princípio do Estado Democrático

de Direito, a Repressão e Censura nos faz retroceder nas discussões político-sociais.

Ante o exposto, surge então a necessidade de se apurar os possíveis reflexos para um debate democrático entre os eleitores, advindo da desinformação trazida pela disseminação de notícias falsas, bem como repensar as estruturas de referências sobre as quais os debates político-eleitorais estão sendo construídos, e analisar quais as estratégias adotadas pelo Tribunal Superior Eleitoral no combate a desinformação ocasionada pelas *fake news* e se estas serão capazes de garantir a liberdade de expressão, princípio regedor da democracia brasileira.

Para o presente estudo, faz-se uso do método dialético, em pesquisa do tipo teórica e qualitativa, com emprego de material documental e bibliográfico, em que serão utilizados os processos de identificação e compilação, bem como por intermédio de legislação federal, jurisprudências, súmulas, artigos científicos e dados obtidos em órgãos competentes, acerca do fenômeno das *fake news*, sua identificação e do direito à liberdade de expressão.

Assim, a presente pesquisa visa tratar sobre a problemática da criação, divulgação e disseminação social das *fake news* e apontar como o Tribunal Superior Eleitoral está atuando no combate a este fenômeno, trazendo segurança social e garantindo a liberdade de expressão do público eleitorado.

2 FAKE NEWS: CONCEITO E CARACTERÍSTICAS

Antes de se analisar quais as medidas o Tribunal Superior Eleitoral têm tomado a fim de combater esse fenômeno atual, precisa-se contextualizar o enunciado para uma maior compreensão do tema. É importante perceber esse fenômeno de desinformação vivenciado na atualidade, a partir do relacionamento existente entre as *fake news* e a sociedade moderna e midiaticizada, bem como sua intervenção no jogo democrático e no processo eleitoral.

Apesar de ainda não haver um conceito definido em lei sobre o que é *fake news*, pode-se determinar que seja uma informação intencionalmente tomada por erros e falsidades, reproduzida para desenvolver uma narrativa e atingir um determinado objetivo, seja ele lícito ou não.

Em 2017, o termo “*fake news*” foi um termo vastamente utilizado durante a Corrida Presidencial dos EUA, principalmente disseminado pelo candidato Donald Trump, durante sua campanha para a presidência, para se referir às notícias negativas sobre ele. Contudo, a divulgação do termo “*Fake news*” repercutiu em todo o mundo, tendo sido eleita a palavra do ano de 2017 pela editora inglesa Collins (BBC, 2017).

Vale concluir que, de acordo com Bobbio (1992, p. 20), já era possível prever que com o desenvolvimento da técnica e a ampliação e intensificação dos meios de comunicação poderiam trazer mudanças na organização da vida humana, vez que, perante o intenso volume de informações em que estamos submetidos, faz surgir uma necessidade maior em não ser enganado por propagandas maciças; começando a esboçar, contra o direito de expressar opiniões, o direito a veracidade das informações.

Uma questão chave para entender o caráter perigoso na disseminação das notícias falsas é a sua relação com a Pós-Verdade, palavra escolhida pelo dicionário de Oxford para 2016 (HANCOCK, 2016). Em seu verbete, o dicionário descreve o termo como um adjetivo relacionado a circunstâncias em que os fatos influenciam menos a opinião pública, do que os apelos, emoção e crenças pessoais. Higgins (2016) explica que a pós-verdade se refere a mentiras que fazem parte da rotina de

toda a sociedade, não podendo ser considerado a mentira como crime, portanto, não se tornando plausível a condenação de quem conta ou compartilha.

Nesse sentido, Roiz (2017, p. 48) argumenta:

Quando o falso se reveste com a aparência do verdadeiro, e o verdadeiro não é mais do que apenas efêmero, as antigas fronteiras e distinções entre verdade e mentira se perdem e dá espaço para a conformação de um momento no qual o que se define como “pós verdade” ganha terreno, especialmente entre os meios de comunicação de massa.

Desta forma, o que é falso acaba sendo uma possibilidade válida e real, a razão cede espaço ao apelo e ao coração, sendo exatamente esta área da psique humana em que se aproveitam para elaborar várias estratégias de manejo de notícias e recursos.

2.1 Conceito Histórico

Conforme explanado, o termo *fake news* teve seu ápice em 2017, em razão do movimento gerado pelo candidato à presidência Donald Trump nas Eleições Presidenciais dos EUA. Entretanto, muito embora seja um tema atual e moderno, notícias falsas são propagadas desde a antiguidade.

Para Ferreira (2020, p.45), a divulgação dessas notícias causa desinformação, atende a interesses ilícitos e possui um grande poder viral, vez que se espalha de forma rápida, e pode comprometer o acesso à informações para o correto desenvolvimento da cidadania em nossa sociedade atual.

Contudo, vale frisar que a disseminação das notícias falsas não é uma prática recente. Muito antes da sua inserção e influência em campanhas eleitorais na Internet e no ambiente público eleitoral, elas já se faziam presentes na sociedade.

Em conformidade, argumentam Carvalho e Kanfer (2018, p.1) que, apesar de não possuírem tanta influência como possuem na internet, a prática de disseminar notícias falsas é tão antiga quanto a própria linguagem. Atualmente, sua importância se dá devido ao fácil acesso às publicidades e com o incremento da polarização político-eleitoral, possibilitando até mesmo uma influência indevida durante as eleições de um país (CARVALHO; KANFER, 2018, P. 1).

Um dos precursores da divulgação de *fake news* na História, de acordo com Darnton (1995), foi Pietro Aretino (1492-1556), um jornalista, escritor e aventureiro do início do século XVI, que difamava a cada dia um dos cardeais candidatos a virar Papa, construindo notícias falsas em forma de poesias, poemas curtos e sonetos, e as pendurando na estátua de um personagem chamado Pasquino, em Roma, marcando a história com suas “Pasquinadas”. Apesar do candidato de Pietro não vencer a eleição papal, Aretino adquiriu tal reputação que acabou se estabelecendo como chantagista profissional.

Na esfera eleitoral brasileira, desde as eleições de 1945 têm-se histórico de que a disseminação das *fake news* atrapalhava candidaturas, como foi o caso dos “marmiteiros” em 1945, envolvendo o brigadeiro Eduardo Gomes, representante da UDN – União Democrática Nacional. A massa trabalhadora da época não se entusiasmava com ele e com sua pregação, sendo mais amigável ao seu opositor, o general Eurico Dutra, da frente liderada pelo PSD – Partido Social Democrático. Em seu discurso, Gomes, referindo-se aos companheiros de seu opositor, relata que “não precisava dos votos dessa malta” para se eleger presidente. No dicionário, o termo malta diz respeito a um grupo de pessoas de condição inferior, é sinônimo da comida que trabalhadores rurais levam para se alimentar no trabalho (MAGALHÃES, 2018).

Aproveitando-se dessa alegação e do termo empregado por Gomes, a oposição passou a espalhar e disseminar boatos de que o então candidato, já visto como elitista, desprezava o voto dos trabalhadores e imputaram-lhe falsamente o preconceito contra os pobres trabalhadores; trabalhadores estes que eram exaltados na campanha eleitoral de Dutra. Como resultado, foi alvejado por um manifesto de Getúlio Vargas em favor do PTB e suas bases, aliadas ao PSD, perdendo então a eleição (MAGALHÃES, 2018).

Sobre o assunto, Delmazo e Valente (2018, 166) afirmam:

Apesar de as notícias fabricadas serem um fenômeno antigo, a disseminação das redes sociais online e a cultura de partilha abrem margem para que a desinformação atinja um novo patamar. Esse problema ganhou visibilidade pela capacidade de influenciar os sistemas políticos, especialmente processos eleitorais, e acentuar a polarização política. O contexto ensejou uma série de reações, como tentamos apresentar de forma sintética neste artigo. Faz-se necessário enfatizar que elas se dão em um terreno complexo de tensão entre a garantia da liberdade de expressão e os limites do seu exercício.

Porquanto o mundo atual nos parece enfiado à Internet, televisão, telefones e publicidade, pode se firmar que a globalização transformou a condição humana e nos levou a um modo de vida diferente de nossos ancestrais. Entretanto, essas sociedades também possuíam redes de mídia amplamente capacitada para causar sérios danos aos grandes e poderosos.

2.2 Como Interpretar e Caracterizar as *Fake news*

Com o avanço da Internet como principal meio de comunicação na propaganda e campanha eleitoral, substituindo os meios tradicionais de comunicação, modificam-se os desafios que a sociedade deve superar, para que a aplicação desse novo mecanismo traga mais benefícios, especialmente tratando-se desse fenômeno das notícias falsas.

Como mencionado, o termo *fake news* passou a ter maior impacto com as eleições americanas de 2016, quando o candidato Donald Trump venceu as eleições para presidente dos EUA. É sabido que a prática não é nova, porém, a partir desse fato a sua discussão passou a ter maior relevância. Antes, a prática que era costumeira e restrita a grupos de indivíduos passou a ser reproduzida à grupos maiores, através da Internet, transformando-se em chaves para gerar desinformação (SOUZA; TESSAROLO; SALES, 2018, P. 1).

Nesse sentido, Wardle e Derakhshan (2017, p.16, tradução nossa) afirmam:

O termo "notícias falsas" também começou a ser apropriado por políticos de todo o mundo para descrever organizações de notícias cuja cobertura considera desagradável. Desta forma, está a tornar-se um mecanismo pelo qual os poderosos podem reprimir, restringir, boicotar e contornar a imprensa livre. (tradução nossa)

Para Braga (2018, p. 207), uma das particularidades das *fake news* é a vantagem política, que se limita perda do prestígio do político opositor, quando lhe é atribuído um fato ou uma característica desmoralizada ou mentirosa; enquanto a vantagem econômica é a venda dessas notícias falsas para sites e locais onde irão gerar maior recepção e lucro.

Apesar de ser a democracia um regime de “verdades múltiplas” (RODOTÁ, 2013, p. 17), a sociedade vive um momento de crise, em que se nota claramente um distanciamento entre a verdade e a informação, sendo que esta tem assumido um “status de mercadoria, para qual a diretriz principal é o resultado financeiro imediato, pouco importando a qualidade daquilo que é posto em circulação” (MORAIS; FESTUGATTO, 2021, p. 84).

É possível, portanto, deduzir que para a *fake news* ser identificada, não basta somente inverdade, ela deve também ter a finalidade da desinformação ou de ganho de vantagem política- econômica sobre o conteúdo divulgado.

Aglantzakis (2020, p. 28) argumenta que a divulgação das *fake news* precisam ser elaboradas e sofisticadas, para que possam ser replicadas por computadores e robôs, que transformam a informação em um produto de narrativas que não condizem com a verdade factual, principalmente as notícias que distorcem o discurso político e econômico. Explana ainda que:

O cenário exposto direciona uma atenção especial com o uso que se confere às redes sociais, que estão sendo utilizadas, sob a proteção da liberdade de expressão, para propalar falsas notícias, na intenção de causar impacto no poder de decisão do povo. (AGLANTZAKIS, 2020)

Sobre a disseminação das notícias falsas, é importante definir que os indivíduos compartilham interações com outros que detém os mesmos pensamentos (PORCELLO; BRITES, 2018, p. 10). Desta forma, é notável que, principalmente as redes sociais, fomentam essa expansão das *fake news* em ambientes polarizados, que combinam com os ideais de cada usuário. Ante a isso, a vantagem econômica e política se tornam mais fácil.

Ante o exposto, deve-se também saber reconhecer essas notícias, além de saber o conceito. Para Oliveira (2018), notícias falsas não se tratam de mentiras deslavadas, que é perceptível sua inverdade, mas sim aquelas que são escritas de tal forma que, aparentemente, mostra-se real, capaz de confundir e influenciar o leitor.

Santos (2020) elenca quatro etapas essenciais para a checagem de informações, para que o leitor evite esse conteúdo na Internet. A primeira etapa é a Análise da notícia. Deve-se observar se o conteúdo possui uma escrita gramatical correta e desconfiar se houver muitas opiniões expressadas e títulos

sensacionalistas. A segunda etapa é a Pesquisa. Necessário verificar o endereço eletrônico que divulga a notícia e, se houver, os especialistas que foram “consultados” para a elaboração do conteúdo.

Após a pesquisa, o leitor deve atentar-se a Confirmação, que significa dizer, a observação se essa notícia saiu em outro veículo de comunicação e de que forma foi explanado. Deve-se atentar, pois pode não ser uma notícia falsa criada, mas sim, manipulada. Por fim, constatado ser uma notícia falsa, o leitor deve Denunciar a publicação da notícia. Nas redes sociais, isso se dá com a moderação do conteúdo, sinalizando à plataforma que se trata de “conteúdo falso”.

Em relação à disseminação, Braga (2018, p. 208) argumenta que o rastreamento das notícias falsas propagadas na internet não é uma tarefa fácil, vez que são divulgadas de forma rápida:

Assim, não importa que a notícia se mostre totalmente inverossímil, mesmo após uma leitura superficial. A página (e, portanto, os anúncios) já terão sido expostos e o dono do site já terá feito a sua venda.

Isto posto, é necessário que haja uma educação populacional, visando estimular o leitor a buscar a fonte do conteúdo compartilhado para que, ao menor sinal de falsidade, saiba identificar e combater a divulgação.

2.3 Fake news e o Projeto de Lei nº 2.630/2020: “Lei das Fake News”

Como explanado anteriormente, a Internet tornou-se um dos principais meios de promoção da democracia, principalmente na escolha dos representantes, fomentando debates e discussões. Esses debates têm atingido proporções enormes, contudo, nem sempre de forma benéfica. A reprodução de notícias falsas acerca dos candidatos, visando distorcer a realidade e ofender a sua imagem cresce diariamente, a fim da obtenção de vantagens políticas e econômicas.

No que diz respeito ao instituição da Internet como meio principal de propaganda e campanha eleitoral, Gomes e Vilar (2020, p. 3) argumentam:

A desinformação vinculada à propaganda eleitoral, na forma digital por meio das redes sociais, tem sido abordada por usuários mal intencionados que utiliza as plataformas virtuais como ferramenta para persuadir os cidadãos, a fim de fraudar as campanhas e tirar vantagens.

Ao analisar o cenário político, nota-se que as ilicitudes acerca das *fake news* tem sido tratadas de forma análoga, em conjunto com jurisprudências e outras leis. Na forma do Marco Civil da Internet, Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014¹, a responsabilidade é sobre os conteúdos ofensivos, contudo, se mantém inerte diante a fiscalização e controle das notícias falsas divulgadas e disseminadas. Faz-se mister normatizar uma legislação específica para conter tais ilicitudes.

Em atenção a essas manifestações de cunho político, o Senador Alessandro Vieira (Cidadania-SE) propôs o Projeto de Lei nº 2.630 de 2020, conhecido popularmente como Projeto de Lei das *Fake News*, visando promover a responsabilização dos usuários, salvaguardando a transparência na Internet. Essa estratégia foi adotada para reduzir os danos causados pela divulgação em massa das notícias falsas, além de identificar as ofensas durante o período eleitoral.

O Projeto de Lei nº 2.630/20, aprovado como texto alternativo no Senado Federal em 30 de junho de 2020 pelo senador Ângelo Coronel (PSD-BA), estabelece normas acerca da transparência das redes sociais e dos serviços de mensagens privadas, sobretudo no tocante à responsabilidade dos provedores, visando combater a vasta desinformação presente. Ainda, visa aumentar a transparência em relação a conteúdos patrocinados e à atuação do poder público, estabelecendo sanções para o descumprimento da legislação, como se pode visualizar no artigo 1º da lei (BRASIL, 2020).

O projeto também tem como objetivo instaurar a Lei Brasileira de Liberdade, Responsabilidade e Transparência na Internet, que visa fortalecer o processo

¹ **Art. 19.** Com o intuito de assegurar a liberdade de expressão e impedir a censura, o provedor de aplicações de internet somente poderá ser responsabilizado civilmente por danos decorrentes de conteúdo gerado por terceiros se, após ordem judicial específica, não tomar as providências para, no âmbito e nos limites técnicos do seu serviço e dentro do prazo assinalado, tornar indisponível o conteúdo apontado como infringente, ressalvadas as disposições legais em contrário.

§ 1º A ordem judicial de que trata o caput deverá conter, sob pena de nulidade, identificação clara e específica do conteúdo apontado como infringente, que permita a localização inequívoca do material.

§ 2º A aplicação do disposto neste artigo para infrações a direitos de autor ou a direitos conexos depende de previsão legal específica, que deverá respeitar a liberdade de expressão e demais garantias previstas no art. 5º da Constituição Federal.

§ 3º As causas que versem sobre ressarcimento por danos decorrentes de conteúdos disponibilizados na internet relacionados à honra, à reputação ou a direitos de personalidade, bem como sobre a indisponibilização desses conteúdos por provedores de aplicações de internet, poderão ser apresentadas perante os juizados especiais.

§ 4º O juiz, inclusive no procedimento previsto no § 3º, poderá antecipar, total ou parcialmente, os efeitos da tutela pretendida no pedido inicial, existindo prova inequívoca do fato e considerado o interesse da coletividade na disponibilização do conteúdo na internet, desde que presentes os requisitos de verossimilhança da alegação do autor e de fundado receio de dano irreparável ou de difícil reparação.

democrático, combatendo a desinformação, uma maior transparência sobre conteúdos pagos e disponibilizados para os usuários e, por fim, desencorajar o uso de contas inautênticas para disseminar desinformação, alterando as Leis nº 10.703/2003 e 12.965/2014, (BRASIL, 2020).

Entretanto, a proposta foi objeto de críticas e discussões por parlamentares. Um deles é o senador Eduardo Girão (Podemos-CE), que demonstrou certa apreensão com um possível prejuízo à liberdade de expressão. Acompanhando o pensamento, o senador Márcio Bittar (MDB-AC) também relata classifica o projeto como "inconstitucional, inconveniente e inoportuno" (TIINSIDE, 2020). Em contrapartida, o senador Weverton Rocha (PDT-MA) demonstrou apoio ao Projeto de Lei, vez que o PL visa somente retirar o anonimato dos usuários em determinados casos. Em conjunto, o senador Rogério Carvalho (PT-SE) também apoiou o projeto, para que se dê início a uma "regulamentação sobre o tema no país" (BRANDÃO, 2020).

O artigo 4º da PL é bem vasto ao conceituar e demonstrar qual a área de aplicação dos efeitos da lei, considerando: provedor de aplicação como qualquer pessoa física ou jurídica responsável por aplicações na internet; desinformação como todo conteúdo, em parte ou no todo, evidente falso ou enganoso, manipulado ou forjado, capaz de causar danos individuais ou coletivos; conta e conta inautêntica, que são os cadastros criados pelos usuários, alguns com propósito de disseminar desinformação; disseminadores artificiais, que são os robôs utilizados nessa divulgação, a fim de obter um alcance maior, de forma individualizada ou em uma rede de disseminação artificial; com conteúdos, patrocinados ou não, visando obter lucro ou vantagem econômica para fins pessoais e, principalmente, políticos (BRASIL, 2020).

O projeto de lei prevê, em seu artigo 6º, que todos os provedores de aplicação devem tornar públicos dados como o número total de postagens, número de contas destacadas, de rotulação de conteúdo, entre outras, bem como emitir relatórios contendo as informações (BRASIL, 2020).

A medida prevista pelo projeto de lei é o uso de verificações oriundas dos verificadores de fatos independentes, para constatarem a veracidade da notícia, além de desabilitar os recursos de transmissão de conteúdo e cessar a promoção paga ou artificial do conteúdo (BRASIL, 2020). Caso haja alguma denúncia, os

provedores deverão esclarecer ao primeiro usuário que publicar tal conteúdo, bem como a todos que tenha compartilhado o conteúdo. Devem também fornecer um mecanismo acessível e em destaque, que esteja disponível para eventual recurso, por no mínimo três meses após a decisão (BRASIL, 2020).

No tocante ao envio de mensagens privadas, o projeto prevê a limitação do número de encaminhamentos da mesma mensagem a, no máximo, cinco usuários por grupo, com número máximo de participantes de 256 membros. Em períodos de emergência, calamidade pública ou propaganda eleitoral, o número de encaminhamento fica restrito a um usuário ou grupo. Vale ressaltar que os usuários precisam dar seu consentimento prévio para participar de grupos e de listas de transmissão. A empresa deverá também manter o registro de envio de mensagens em massa, que alcancem mais de 1.000 (mil) usuários, por três meses (BRASIL, 2020).

Para o descumprimento de quaisquer normas, serão aplicadas sanções pelo Poder Judiciário, assegurados o devido processo legal, a ampla defesa e o contraditório.

Sem prejuízo das demais sanções civis, criminais ou administrativas, serão aplicadas: advertências, com a devida indicação de prazo para adoção de medidas corretivas; multa; suspensão temporária das atividades e a proibição do exercício das atividades no país, devendo-se analisar a gravidade do fato, a contar da consideração dos motivos da infração e das consequências causadas nas esferas individuais e coletivas, a reincidência na prática e, por fim, a capacidade econômica do autor no caso da aplicação da multa (BRASIL, 2020).

Têm-se que, além dessas medidas, é possível destacar outras principais medidas previstas no projeto de lei, quais são: a criação de um Conselho de Transparência e Responsabilidade na Internet, visando um controle do número de contas administradas por um mesmo usuário bem como identificar contas que possuem um número de postagens e publicações incompatíveis com o ser humano. Por fim, visa fiscalizar e monitorar as informações de empresas que promovem o impulsionamento de materiais eleitorais e aplicação de multa de até 10% do faturamento dos provedores de redes sócias e de serviços de mensagens privadas. (BRASIL, 2020).

Muito se discute sobre o projeto de lei e seus efeitos na sociedade atual. Críticos alertam sobre a possibilidade de censura que a lei irá realizar, moderando postagens e opiniões dos usuários. Outros, afirmam que deve haver aplicação efetiva de sanções não em usuários simples, que utilizam as redes sociais como forma de se interar na sociedade, mas sim, nas empresas que criam e divulgam as notícias falsas e mentirosas, pois estas sim são as principais causadoras do problema. O senador Ângelo Coronel (PSD-BA) garantiu, em sessão virtual, que o projeto de lei não visa censurar os usuários das redes sociais, mas sim, encerrar com ações dos usuários que disseminam as *fake news* através de perfis falsos.

Contudo, para a presidente do IP.rec - Instituto de Pesquisa em Direito e Tecnologia do Recife, Raquel Saraiva, o relatório preliminar busca “burocratizar o processo e ainda tornar obrigatória a identificação da pessoa, ou seja, ele não está dando o menor valor, por exemplo, ao direito ao pseudônimo” (SILVA, 2020). Afirma ainda que a identificação do usuário nas redes já é possível desde o Marco Civil da Internet.

Em concordância, o professor titular da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ, e conselheiro eleito do Comitê Gestor da Internet no Brasil - CGI.br, Marcos Dantas, afirma ser incontroverso o projeto, vez que nas redes sociais, as empresas não devem ser punidas por comentários, postagens e opiniões dadas pelos seus usuários.

Deve-se haver um combate efetivo contra as *fake news*, analisados os problemas que podem ser gerados em períodos de campanhas eleitorais e, ainda, na vida humana. Entretanto, para o regular andamento da democracia, é necessário que haja um cuidado no tratamento e classificação real do termo, para que não haja censura do cidadão e do eleitor, ferindo assim ao princípio constitucional de liberdade de expressão, visto que “uma legislação apenas punitiva ou que seja elaborada no calor do momento pode gerar danos futuros muito maiores do que o próprio problema” (CARVALHO, 2020, p. 52).

3 AS MÍDIAS SOCIAIS COMO ESTRATÉGIA DE PROPAGANDA NO PROCESSO ELEITORAL

Desde sua obra, “Tratado Político”, Espinosa (1973) já antecipara que a definição de democracia é a união de homens que detêm colegialmente o total direito a tudo que estiver em seu poder. Em complemento, Rousseau (2011) afirma em “Do Contrato Social” que a formação da vontade e do pensamento do povo são essenciais para conceituar soberania popular na democracia moderna. Nesse sentido, as eleições tornaram-se a peça central de um governo democrático, vez que o povo exerce a sua soberania através do direito de sufrágio, por meio do voto, sendo essa soberania exercida de forma direta ou indireta.

O avanço das tecnologias de informação, conforme tratado anteriormente revolucionou o modo de se comunicar e de se expressar no mundo, trazendo oportunidades e novas possibilidades do exercício da soberania popular, interferindo diretamente na formação da vontade que fundamenta o ato de votar, principalmente pela mudança do local onde as discussões eleitorais eram realizadas. Antes, as mídias que fomentavam disputas políticas eram através dos programas televisivos, rádio, mídias impressas, em comícios, entre outros. Hoje, estes se tornaram subsidiários, vez que as disputas migraram para as mídias digitais e para a rede de computadores.

Um exemplo claro da utilização da internet na propaganda eleitoral foi em 2008, durante a campanha eleitoral do então candidato à presidência dos Estados Unidos da América, Barack Obama, que utilizou suas redes sociais de forma inteligente, com o objetivo de conectar seus eleitores. Sua estratégia envolveu: reformular as campanhas políticas, atrair e envolver os eleitores, principalmente os mais jovens, a fim de angariar votos e vencer a disputa.

Segundo Gomes, Fernandes, Reis e Silva (2009, p. 11):

Obama compreendeu que o forte do uso da internet e das tecnologias de comunicação on-line gira em torno de duas dezenas de ferramentas, e, assim, ao utilizar todas, conseguiu o máximo de visibilidade possível.

Nesse sentido, o chamado “Fenômeno Obama” foi considerado como um divisor de águas no uso da Internet como mecanismo de marketing público nas

campanhas eleitorais. Percebe-se que as redes sociais superam os entraves burocráticos dos grandes e populares veículos de informação e comunicação, vez que as informações digitais atingem uma parcela maior da população de forma mais rápida e eficaz, sendo o candidato que possuir acesso frequente em redes sociais, como *Facebook*, *Twitter*, *YouTube*, entre outros, recebe um aumento relevante na participação popular em tomadas de decisões.

Para ITUASSU e AZEVEDO (2013, p. 86), uma das causas de impedimento aos governos representativos de se tornarem mais democráticos é a limitação da participação popular, sendo tomada como relevante a participação somente no momento do voto, durante o período eleitoral. Analisando essa perspectiva, revela-se um problema na própria ideia de representação popular, que desloca a esfera civil do meio do campo político e monopoliza a tomada de decisões à um grupo especializado e restrito.

De acordo com a pesquisa realizada pelo Senado Federal, “Redes Sociais, Notícias Falsas e Privacidade de Dados na Internet” (DATASENADO, 2019, p. 5), a maioria dos entrevistados (83%) acredita que o conteúdo das redes sociais influencia muito a opinião das pessoas. Considerando tal fato, é notório que nosso atual sistema político-eleitoral precisa acompanhar esse novo espaço de comunicação e debates, conhecido como *cyberespaço*, e trazer uma regulamentação ao assunto, uma vez que já está sendo utilizado para campanhas eleitorais, devido a sua rápida eficiência em fomentar discussões, tornando-se uma estratégia ao candidato para investir na construção de sua imagem política e conquistar um público diverso.

Nesse sentido, TOFFOLI (2016) argumenta:

Considerando que o uso das redes sociais vem ampliando o espaço público para o exercício da participação direta do cidadão em mais discussões e deliberações de interesse geral, não há como negar sua influência nos processos eleitorais e sua importância como objeto do direito.

Entretanto, ao passo em que nosso ordenamento precisa compreender tal mudança, é fundamental que esse recurso inovador e atual esteja ao alcance e serviço do cidadão e, principalmente, do eleitor, para que o público eleitorado possa exercer o seu livre direito de participação, mais fundamental ainda é que o eleitor saiba utilizá-las, para que os debates sejam analíticos e verdadeiros.

Nossa legislação eleitoral abrange, de forma expressa, diversos métodos de propaganda eleitoral, por meio de mídias anteriores e novas mídias digitais, porém, é necessário que haja um regulamento próprio para que sejam contidas as *fake news* e para que promova um maior esclarecimento ao eleitor da integridade entre os candidatos e uma excelência da democracia brasileira.

3.1 A Propaganda Eleitoral no Sistema Eleitoral Brasileiro

Durante muito tempo, o direito ao voto foi restrito a poucas pessoas. Os primeiros registros de eleições se deram na Grécia Antiga, por ser Atenas o berço da democracia. Contudo, esta democracia abrangia apenas homens, filhos legítimos de cidadãos atenienses, maiores de 18 anos e nascidos livres. A primeira vez que houve o direito ao voto, direto e universal, foi em 1848 na França. Já no Brasil, o primeiro registro de voto universal e direto se deu com o fim do Estado Novo, em 1945. No entanto, desde a Grécia Antiga, a eleição é um sistema de escolha, cujos cidadãos têm o poder de escolher quem os representará na sociedade (REZENDE, 2018).

Na contemporaneidade, uma eleição não basta ser definida como um concurso de vontades que visam nomear um titular para um mandato eletivo, mas além: é utilizada como um mecanismo pelo qual o povo confere seu consentimento e legitimidade às autoridades representativas. Em conjunto com outras técnicas, as eleições desempenham um papel de extrema importância na democracia popular.

A fim de conceituar o Sistema Eleitoral, Silva (2005, p. 368) destaca:

“O conjunto de técnicas e procedimentos que se empregam na realização de eleições, destinados a organizar a representação de um povo no território nacional, se designa sistema eleitoral. Conjuga técnicas, como a divisão do território em distritos ou circunscrições eleitorais, o método de emissão do voto e os procedimentos de apresentação de candidatos e de designação dos eleitos de acordo com os votos emitidos.”

Nosso sistema eleitoral, atualmente, é dividido entre: sistema majoritário e sistema proporcional. No sistema eleitoral majoritário, a representação cabe ao candidato que obtiver a maioria, absoluta ou relativa, dos votos. Neste, cabe ao eleitor escolher apenas entre os candidatos individuais por partido, podendo essa

escolha se dar apenas em um único turno da eleição, como é o caso Prefeitos, Governadores, Presidente da República e Senadores.

Já no sistema eleitoral proporcional, sistema acolhido para eleição de Deputados Federais e Vereadores, pretende-se que a representação seja distribuída em proporção às correntes ideológicas nos partidos políticos concorrentes, aplicando-se os chamados Quocientes Eleitorais e Quociente Partidário, a fim de se alcançar o resultado final.

O Código Eleitoral, em conjunto com leis individuais, disciplina a maioria das questões eleitorais, incluindo às questões sobre propaganda política e suas espécies, assunto base para o presente capítulo. Cabe ressaltar, de início, que propaganda política é toda ação destinada a fim de convencer o eleitor acerca de determinada ideologia política com o objetivo de angariar votos, sendo elas a propaganda partidária, intrapartidária e eleitoral. A propaganda partidária tem o objetivo de divulgar as propostas dos partidos políticos, de forma genérica e não exclusiva. A intrapartidária é a propaganda interna, dirigida aos integrantes de um partido político, para eleição de um representante.

Já a propaganda eleitoral é aquela voltada aos cidadãos, visando à candidatura de um determinado candidato ao pleito. Popularizada a partir das eleições de 2002, quando grande parcela dos candidatos aderiu a homepages para divulgar suas candidaturas. Neste sentido, Pinto (2010, p. 58):

As formas de realização da propaganda eleitoral sofreram grandes alterações com o tempo. Nas primeiras eleições brasileiras prevalecia a realização de comícios, passeatas, distribuição de impressos, abordagem direta do eleitor, reuniões etc. Com o aumento do eleitorado, as mudanças sociais e as inovações tecnológicas, surgiram novas formas de persuasão, predominando, nos dias atuais, a comunicação de massa, através da mídia eletrônica, com modernos sistemas de veiculação de imagem, de projeção de logotipos e repetição de slogans.

Desta forma, é necessária uma maior atenção do legislador na elaboração de leis que possam abranger todos os meios de comunicação atuais e regulamentar os métodos de propaganda eleitoral; inclusive, da Justiça Eleitoral, a fim de efetivar o cumprimento da legislação pertinente. Essa abordagem deve ponderar sobre o fato de que, através da propaganda eleitoral nos meios de comunicação em massa, a população recebe informações do eleitorado e pode decidir em suas convicções,

mas também ela deve garantir o princípio constitucional de liberdade de expressão e pensamento.

Por fim, faz-se mister uma norma que regulamenta a propaganda eleitoral brasileira, que vise garantir o direito à informação e a proteção aos princípios constitucionais, trazendo certeza ao público de que serão resguardadas a intimidade, a honra e a privacidade de cada pessoa. Neste sentido, Agra e Velloso (2009, p. 38) afirmam:

Como representa uma ferramenta poderosíssima para garantir a adesão dos cidadãos, podendo mesmo fazer com que acontecimentos falsos assumam a veste de verdadeiros, a legislação eleitoral optou por regulá-la em suas minudências, de modo que possa ser realizada de maneira paritária a todos os candidatos, na tentativa de evitar o abuso do poder econômico.

A legislação que regulamenta a Propaganda Eleitoral é a Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997, que estabelece normas para as eleições. Esta lei sofreu algumas mudanças, alterações e emendas, sendo a primeira com o Decreto nº 7.791 de 17 de agosto de 2012, que regulamentou a compensação fiscal na apuração do Imposto de Renda da Pessoa Jurídica, através da divulgação gratuita da propaganda partidária e eleitoral; e a última pela Emenda Constitucional nº 97 de 4 de outubro 2017, que alterou o disposto na Constituição Federal para, vedar coligações partidárias nas eleições, estabelecer normas sobre acesso dos partidos políticos aos recursos do fundo partidário e, ainda, regular o tempo de propaganda gratuito no rádio e na televisão.

3.2 As principais mudanças trazidas pela Lei Nº 13.488 de 2017

A propaganda eleitoral teve sua regulamentação através da Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997, dispondo normas para a eleição. Ao longo da última década, a Internet vem ganhando força e espaço nas campanhas, principalmente após a decisão do Supremo Tribunal Federal, na ADI nº 4650², ratificada em seguida pela Lei nº 13.165/15, fazendo com que as campanhas eleitorais *online* venham ser

² BRASIL. Supremo Tribunal Federal. Ação Direta de Inconstitucionalidade nº 4.650. Relator: Ministro Luiz Fux. Brasília de 2015. **Ação Direta de Inconstitucionalidade 4.650. Distrito Federal.** Plenário, 17 set. 2015.

mais decisivas. Inicialmente, as mesmas normas e princípios aplicados à propaganda eleitoral geral, foram aplicados à propaganda eleitoral na internet. Contudo, algumas brechas foram deixadas, visto a legislação não compreender e acompanhar as modificações da sociedade. Ante a isso, fez-se mister uma legislação que regulamente as campanhas e a propaganda eleitoral política através da Internet, seja ela por sítios eletrônicos, redes sociais, mídias online, entre outros.

Neste sentido, Bernardi, Neto e Zanotelli (2021, p. 7) argumentam:

Regulamentar o uso da internet na propaganda política-eleitoral é uma difícil tarefa, uma vez que ao mesmo tempo em que é preciso estabelecer regras para que o ideal democrático seja garantido, devem-se resguardar os direitos de informação e de liberdade de expressão sem que princípios fundamentais como da lisura do pleito, da igualdade entre os candidatos e outros já abordados sejam infringidos.

A regulamentação deste fato ocorreu somente com a Lei nº 12.034, de 29 de setembro de 2009. Os dispositivos que tratavam sobre a propaganda eleitoral pela Internet, em seguida, sofreram alterações que visaram assegurar autonomia aos partidos políticos para definição do prazo de duração dos mandatos de seus membros, e pela Lei 13.877, de 27 de setembro de 2019, que versa sobre alteração de algumas regras anteriormente aplicadas às eleições. Apenas com a Resolução nº 21.610 do TSE, nas eleições de 2004, a utilização da Internet como ferramenta de propaganda eleitoral foi otimizada, estipulando que a campanha fosse de acordo com as normas estabelecidas (BRASIL, 2017).

Para Cerqueira e Cerqueira (2012, p. 720):

A intenção clara do legislador é atingir os jovens eleitores (de 16 a 18 anos), pois o Brasil é o quarto maior país com acesso à rede mundial de computadores e dados oficiais indicam que a maior parcela de acessos está ligada aos jovens na faixa etária de 15 a 17 anos, como ocorreu na eleição dos Estados Unidos da América, que elegeu Barack Obama.

Em suma, é livre a prática da propaganda eleitoral, seja ela na modalidade geral, impressa, nas mídias populares ou pela Internet. Contudo, deve ser exercida nos termos da legislação. Na proteção ao princípio constitucional de ampla defesa, a Lei nº 9.504/97 prevê o direito de resposta na propaganda eleitoral, previsto nos artigos 58, *caput*³, e 58-A, *caput*⁴.

³ **Art. 58.** A partir da escolha de candidatos em convenção, é assegurado o direito de resposta a candidato, partido ou coligação atingidos, ainda que de forma indireta, por conceito, imagem ou

Segundo o texto legal, o artigo 57-A, com redação dada pela Lei nº 13.165 de 2015, prevê que a propaganda eleitoral na internet pode ser realizada no site do candidato, do partido ou da coligação, após o dia 15 de agosto do referido ano, desde que o provedor esteja estabelecido no Brasil, por meio de mensagens eletrônicas para os endereços cadastrados pelo candidato, partido ou coligação. A Lei nº 13.488 de 2017 incluiu o inciso IV, que dispõe sobre a propaganda eleitoral através das plataformas sociais disponíveis, devendo ser o material gerado ou editado diretamente pelos candidatos, partidos ou coligações; ou por qualquer pessoa natural, vedando a contratação de impulsionamento de conteúdos. Contudo, tem-se uma exceção presente no artigo 57-C da Lei 9.504, de 1997, com redação dada pela Lei nº 13.488, de 2017, que prevê a vedação de propaganda eleitoral paga na internet, excetuado o impulsionamento, desde que identificado de forma inequívoca como tal e contratado exclusivamente por partidos, coligações e candidatos e seus representantes (BRASIL, 2017)

Em suma, o candidato, partido ou coligação deve pagar um determinado valor à rede social em que deseja impulsionar sua propaganda para que esta apareça com frequência ao público eleitoral. Considera-se também o valor pago a sites de pesquisa, para que a propaganda ganhe destaque nas pesquisas realizadas pelos usuários. No entanto, importante ressaltar que somente será válido o impulsionamento de que trata o caput do artigo 57-C se contratado diretamente com provedor da aplicação da internet com sede e foro no Brasil, ou de sua filial, sucursal, escritório, estabelecimento ou representante legalmente estabelecido (BRASIL, 2017).

Ainda de acordo com Cerqueira e Cerqueira (2012), a propaganda eleitoral é capaz de levar ao conhecimento do eleitor as razões que tornam o candidato merecedor, entre os demais, do exercício do mandato. Portanto, conforme texto legal deve-se observar o disposto no §3º do referido artigo, vez que o impulsionamento deve ter o objetivo de promover ou beneficiar candidatos ou suas agremiações. Isto é, considera-se proibido publicações impulsionadas a fim de promover críticas ou *fake news* a respeito dos candidatos adversários. Outra

afirmação caluniosa, difamatória, injuriosa ou sabidamente inverídica, difundidos por qualquer veículo de comunicação social.

⁴ **Art. 58-A.** Os pedidos de direito de resposta e as representações por propaganda eleitoral irregular em rádio, televisão e internet tramitarão preferencialmente em relação aos demais processos em curso na Justiça Eleitoral. (Incluído pela Lei nº 12.034, de 2009)

inclusão trazida pela Lei nº 13.488, de 2017 é o §5º do artigo 39, que inclui entre os crimes eleitorais, a publicidade online impulsionada ou inserida na data efetiva da eleição, salvaguardando as publicações impulsionadas já contratadas anteriormente à data mencionada (BRASIL, 2017).

Segundo o texto, em seu artigo 57-B e parágrafos, os endereços eletrônicos que serão utilizados para divulgação dos candidatos devem ser informados à Justiça Eleitoral, podendo manter-se os mesmos endereços antes do início da propaganda, não se admitindo cadastro de usuários de aplicação de internet que tenham a intenção de falsear identidades, sujeitando ao usuário que violar ou descumprir a disposição do artigo à multa no valor de R\$5.000,00 a R\$ 30.000,00 ou em valor equivalente ao dobro da quantia despendida, caso o cálculo supere o limite máximo da multa (BRASIL, 2017).

Por fim, com o intuito de garantir a lealdade e a veracidade de informações, a Justiça Eleitoral vêm adotando formas de combater a criação de perfis falsos que disseminam desinformações nas redes sociais durante a época de campanha eleitoral. Nesse sentido, Pogliese e Aieta (2021) afirmam:

A velocidade e criatividade que caracterizam as plataformas de conteúdo de Internet propiciam o ambiente favorável para estratégias (veladas ou expressas) de ataques de milícias propagandísticas digitais (organizadas ou difusas), contaminando negativamente o embate em busca do voto e manipulando, sobretudo, o campo de visão do eleitor sobre esse ou aquele candidato.

Nesta senda, necessário realçar o disposto no artigo 57-D⁵ da Lei nº 9.504, de 1997, incluído pela Lei nº 12.034 de 2009, que dispõe sobre a livre manifestação do pensamento, vedado o anonimato durante a campanha eleitoral, pela internet, assegurando o direito de resposta ao interessado (BRASIL, 1997). Sendo assim, o combate aos já conhecidos perfis falsos e seus outros dispositivos, tais como robôs

⁵ **Art. 57-D.** É livre a manifestação do pensamento, vedado o anonimato durante a campanha eleitoral, por meio da rede mundial de computadores - internet, assegurado o direito de resposta, nos termos das alíneas a, b e c do inciso IV do § 3o do art. 58 e do 58-A, e por outros meios de comunicação interpessoal mediante mensagem eletrônica. (Incluído pela Lei nº 12.034, de 2009)

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

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

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

e boots, deve ser realizado de maneira eficaz, para que, deste modo, o público eleitorado possa ter clareza no recebimento de informações sobre seu candidato e uma garantia da ocorrência de um processo eleitoral limpo e justo.

3.3 A Influência das Redes Sociais Durante o Período de Campanha Eleitoral

A democracia convive diariamente com mudanças civilizatórias - desde a ágora até os dias atuais – e precisa se adaptar para sobreviver. Passou-se pelo voto censitário, conseguiu-se o voto feminino, o voto do analfabeto, o voto de pessoas com deficiência, entre outras conquistas que visam incluir a maior quantidade de cidadãos no espaço democrático. Com o advento da globalização, o aumento da internet, fez-se necessárias também alterações e reformas democráticas, a fim de se conviver nesse novo espaço, que são as mídias sociais. Acerca do tema, Morais e Festugatto (2021, p. 100) argumentam:

E os avanços das tecnologias de informação e comunicação – as TICs, já tratadas nesta mesma obra – oportunizaram novas possibilidades para a formação da vontade que embasa a ação de votar, inclusive pela mudança do espaço onde tradicionalmente ocorreria a disputa política, que migrou também para a rede de computadores, relegando segundo plano o antigo modelo baseado na mídia impressa, na transmissão em rádio e televisão, nos comícios etc.

Muitos candidatos e partidos políticos utilizam do avanço da Internet e das mídias sociais para alcançar novos públicos e novos enquadramentos, sendo a nova chave para o discurso político, principalmente pelo espaço livre destinado o público eleitorado para manifestar seu modo de pensar e de se expressar. Contudo, com as novidades trazidas com o avanço da sociedade, vêm novos desafios que também devem seguir as normas pré-estabelecidas pela a garantia da ordem social.

É notório que a “era da internet” é o que movimenta a máquina mundial, seja no seu aspecto social, cultural ou econômico, e exerce grande influência na tomada de decisões. Este entendimento aplica-se também na esfera eleitoral, visto que é disponibilizado ao eleitor, com total transparência, a postura e o histórico de cada candidato, fazendo que este escolha quem melhor o represente, bem como, proporciona ao candidato um contato direto com seu público para que assim, possa realizar sua campanha eleitoral.

Para Silva e Junior (2013, p. 2), o contato entre eleitores e candidatos deu origem a um aumento da confiança e da credibilidade, mudando os hábitos da população e proporcionando uma maior participação da população, principalmente, a jovem. Essa espécie de estratégia é conhecida como “marketing político”, que visa utilizar de mecanismos para convencer o público a escolher determinados representantes.

Como mencionado anteriormente, pode-se afirmar que o uso das redes sociais como estratégia de propaganda e marketing político se iniciou em 2008, com a disputa entre Barack Obama (DEMOCRATAS) e John McCain (REPUBLICANOS), tendo o primeiro superado a marca dos 270 votos necessários para garantir a vitória (BBC, 2008). Sua principal estratégia foi utilizar as novas tecnologias para disseminar informações e campanhas, de modo que o público eleitorado pudesse visualizar suas ações, ideias e visões, tornando-se um símbolo apto para representar um povo. Tais táticas incitaram o que se denomina uma “obamização” nos preparativos para campanhas eleitorais futuras (DUALIBI, 2009), tal como aconteceu nas eleições presidenciais de 2014 no Brasil, quando a candidata Dilma Rousseff (PT) venceu o candidato Aécio Neves (PSDB), por uma diferença de 3,29% dos votos (REIS, 2014).

A corrida presidencial de 2014 foi marcada pelo uso crescente da rede social Facebook e a sua utilização para promoção de candidatos e de ideais. Esta eleição bateu recordes em interações entre os usuários da referida rede social no período de 3 meses e meio de campanha eleitoral, se tornando marcante não só pela polarização política dos usuários e disseminação de *fake news*, mas também pela repercussão sem precedentes na Internet (BARIFOUSE, 2014).

Assim aconteceu também durante as eleições presidenciais em 2016 nos EUA, quando o candidato Donald Trump (REPUBLICANOS) venceu a candidata Hillary Clinton (DEMOCRATAS), surpreendendo e contrariando pesquisas e previsões, com uma vantagem de 2,1% (G1, 2016). Neste cenário, foi detectado o contraste das mídias que promoviam a propaganda político-eleitoral: pesquisas em mídias impressas apontavam a candidata Democrata como vencedora das eleições, entretanto, o engajamento nas mídias sociais Facebook e Twitter promovido pelo candidato Republicano a fim de atrair mais espaço e atenção, possuiu maior força: desmentindo as pesquisas, enfrentando seu próprio partido, os meios de

comunicação, e grandes capitais européias e latino-americanas, fazendo com que o resultado das eleições sofresse uma reviravolta (BASSETS, 2016).

Estratégia parecida ocorreu durante o segundo turno das eleições presidenciais no Brasil em 2018, quando o candidato Jair Bolsonaro (PSL) venceu o candidato Fernando Haddad (PT), com 44,86% da preferência no segundo turno. O candidato deu preferência à propaganda pelas redes sociais, principalmente após o atentado sofrido em Juiz de Fora, Minas Gerais, durante um comício realizado em Juiz de Fora/MG (FOLHA DE S. PAULO, 2018). Neste período, o debate público foi, novamente, radicalmente polarizado, de modo que a propaganda fomentada nas redes sociais foi o suficiente para suprir as conseqüências da proibição de financiamento eleitoral por pessoas jurídicas

Para Leal (2021, p. 12), podemos afirmar que as eleições brasileiras de 2018 foi a primeira campanha efetivamente digital, tendo como fator principal a falta de controle dos emissores da propaganda e os receptores, fazendo com que exista uma disseminação organizada de mensagens por meio de usuários e agências especializadas na divulgação das *fake news*. Ainda, complementa:

No mundo virtual, apesar das limitações previstas na legislação sobre divulgação de conteúdo em campanha eleitoral, existe uma lacuna no sistema de controle que faz parecer que não existem limites. As pessoas costumam não mostrar seus rostos, falam o que querem apenas por satisfação pessoal, orgulho ou ego. A democracia de um Estado depende da educação e da informação dos seus cidadãos para uma efetiva participação na vida política. Todavia, o que se observa por meio da internet é a falta de controle eficiente que reflete na presença de abusos da liberdade de expressão, como por exemplo, a disseminação da desinformação por meio das *fake news*.

Neste aspecto, as principais redes sociais utilizadas no Brasil têm atuado no combate à propagação de *fake news* durante a campanha eleitoral, sendo elas o Twitter, Facebook e o WhatsApp. Para Fernando Gallo (SEMINÁRIO INTERNACIONAL *FAKE NEWS* E ELEIÇÕES, 2019, p. 122), gerente de políticas públicas do Twitter, a rede não deve arbitrar o que é verdade ou mentira, mas sim promover um trabalho em conjunto com jornalistas e empresas midiáticas, para que haja garantia na correção de notícias falsas dissipadas pelo Brasil. Reafirma ainda o compromisso no combate ao impacto de robôs, criados e, por vezes, contratados para divulgação de *fake news* e desinformação, contudo, ainda não é possível total

verificação, vez que os dispositivos utilizados acessam apenas sinais externos das contas, impossibilitando a determinação eficaz de contas verdadeiras ou de boots.

No mesmo sentido, Mônica Rosina (SEMINÁRIO INTERNACIONAL *FAKE NEWS E ELEIÇÕES*, 2019, p. 124), gerente de políticas públicas do Facebook, afirma que a missão da plataforma, durante o período de eleições, é resguardar a integridade do período ao mesmo tempo em que encoraja a livre manifestação entre o público eleitorado e seus governantes. Na prática, a rede realizou uma espécie de monitoramento online, realizando ações rápidas nos novos abusos de plataforma que foram encontrados, definidos como “qualquer atividade destinada a enganar, desencorajar ou impedir que as pessoas votem” (2019, p. 124). De acordo com a responsável, outro método adotado é o da transparência de informação, que fiscalizam as alterações das páginas dos candidatos, deixando claro ao eleitor qual a efetiva intenção com as alterações realizadas.

Em contrapartida, para Ben Supple (SEMINÁRIO INTERNACIONAL *FAKE NEWS E ELEIÇÕES*, 2019, p.127), gerente de políticas públicas do WhatsApp, a plataforma é uma empresa de mídia social destinados a mensagens particulares, em grupo ou privadas, cujo objetivo é educar os usuários para manter a segurança do aplicativo, lidar com o abuso de mensagens de maneira proativa e trabalhar de forma transparente com o governo e sociedade civil. Uma das estratégias adotadas pela plataforma foi limitar o encaminhamento de mensagens para outros usuários; em 2018, para apenas 25 outros usuários e agora, o número foi reduzido para apenas 5 outros usuários. Outra estratégia adotada é o controle criptográfico que busca comportamentos anormais na criação da conta, no registro do telefone, no compartilhamento excessivo e anormal de mensagens, até mesmo adicionando telefones que não fazem parte do seu círculo de amizades.

É certo concluir que o papel das principais redes sociais utilizadas em campanha eleitoral, Facebook, Twitter e WhatsApp, é atuar incisivamente no compartilhamento em massa de *fake news* e desinformação entre os usuários, combatendo o anonimato e trazendo responsabilidade aos usuários em fornecer informações verídicas e realizar bom uso das plataformas, objetivando levar a informação necessária aos eleitores e garantia de uma campanha limpa e idônea. Nesse sentido, o Humberto Jacques (SEMINÁRIO INTERNACIONAL *FAKE NEWS E ELEIÇÕES*, 2019, p.129, grifo nosso) preleciona:

Não se trata de nenhum exagero nacionalista, mas apenas afirmar que nossa Constituição é categórica ao estabelecer que a manifestação do pensamento, a criação, a expressão e a informação, sob qualquer forma, processo ou veículo, não sofrerão qualquer restrição. **Somos espaço de liberdade e sem censura.** É esse o paradigma da liberdade do nosso sistema, que também é o paradigma de liberdade que alimenta essas plataformas. (grifo nosso)

Isto posto, é necessário objetivar que a Justiça Eleitoral, as mídias sociais e a sociedade civil deve atuar em conjunto no combate à desinformação, afim de que haja um incentivo e um aumento da capacidade de discernimento entre o que é verdade e o que não é, além de dispositivos de checagem das informações disseminadas nas redes sociais. Faz-se importante, também, investi em ações que visem o uso responsável das redes, estimulando hábitos entre os usuários de uma avaliação e um filtro de informações independente, minimizando, assim, a divulgações de notícias falsas e garantindo uma campanha eleitoral idônea entre os candidatos e seu público.

4 O DESEMPENHO DO TSE NO COMBATE ÀS *FAKE NEWS* E A PROTEÇÃO À LIBERDADE DE EXPRESSÃO

Ante todas as conceituações e definições acerca do que são as *fake news*, como o sistema brasileiro se adequou com o avanço tecnológico e qual o papel das mídias sociais nesse cenário, é necessário adentrar ao tema principal do presente: analisar quais medidas o Tribunal Superior Eleitoral – TSE vêm adotando para se opor à desinformação que só gera transtornos ao público eleitorado enquanto garante a liberdade de manifestação do eleitor, princípio protegido pela Constituição Federal de 1988.

O TSE tem sua regulamentação nos artigos 118 a 121 da Constituição Federal do Brasil de 1988, cuja competência é cuidar a da organização de um processo eleitoral, garantindo a soberania popular, preceito conquistado através do sufrágio e previsto no artigo 2^o da Lei nº 4.737, de 1965, o Código Eleitoral. Contudo, apesar de direito fundamental, tal garantia não é plena, principalmente no período eleitoral, quando a Legislação Eleitoral impõe normas rígidas quanto à manifestação sobre candidatos, políticos, parlamentares ou governantes.

Ultimamente, falar em desinformação e *fake news* se tornou algo comum, sempre que próximos ao período eleitoral. Boatos sempre existiram, contudo, com as ferramentas trazidas pelo avanço da Internet, o problema da desinformação se agrava. No campo jurídico, o tema se torna mais complexo, vez que a oposição às notícias falas não pode ferir o direito do eleitor à liberdade de expressão. Nesta senda, Toffoli (2019, p. 1) argumenta:

Nesse contexto, a sociedade como um todo – poderes públicos, entidades privadas e sociedade civil – precisa se engajar na compreensão do fenômeno e na formulação de ferramentas adequadas para seu enfrentamento.

No campo eleitoral, cabe à Justiça Especializada resguardar o direito de liberdade de expressão, impedindo a censura no ambiente online, buscando transparência e garantindo o acesso à informação ao público eleitorado ao tempo que deve assegurar e velar pela lisura do pleito, colocando à disposição de quem se sentir ofendido mecanismos que possam coibir o abuso ou, até mesmo, cessar a

⁶ **Art. 2º** Todo poder emana do povo e será exercido, em seu nome, por mandatários escolhidos, direta e secretamente, dentre candidatos indicados por partidos políticos nacionais, ressalvada a eleição indireta nos casos previstos na Constituição e leis específicas.

propagação falsa e mentirosa, que podem ser capazes de prejudicar candidaturas legítimas.

Desde o ápice da disseminação de *fake news* nas Eleições de 2018, o TSE vem adotando iniciativas que visam à educação do eleitor. Neste cenário, o então presidente do TSE, Ministro Luiz Fux, atuou de forma diplomática na resolução deste conflito, concedendo entrevistas e palestras sobre o tema e assinando parcerias visando à efetiva diminuição dos efeitos.

O problema das *fake news* é transversal, que atinge a todos os tipos de democracia. Segundo Aglantzakis (2020, p. 6), o ambiente democrático necessita ser guiado por diálogos claros e o acessível à informação cumulada com a liberdade de expressão é resultante da democracia, havendo necessidade de se fazer uma reflexão sobre os artifícios e mecanismos utilizados no convencimento do eleitor.

É de extrema importância conter essa disseminação de *fake news*, vez que elas possuem influência direta no voto do eleitor. E se esse voto do eleitor for fundamentado em mentiras, a escolha poderá trazer prejuízos e danos, comprometendo, inclusive, a lisura do processo eleitoral.

4.1 A Liberdade de Expressão no Estado Democrático de Direito

Antes de analisar e entender quais medidas o TSE vem tomando a fim de resguardar o princípio constitucional de liberdade de expressão, deve-se trazer à tona a conceituação deste princípio e sua importância para o Estado Democrático de Direito. Dentre os direitos expressamente citados na Carta Magna de 1988, a liberdade de expressão constitui direito especialmente fundamental, vez que sua garantia é essencial para a dignidade do indivíduo.

Este princípio tem origens históricas no período das Revoluções Liberais, durante o século XIX, para a afirmação da burguesia em diversas modalidades, sendo elas a Liberdade de Imprensa, para propagar as idéias revolucionárias da época, e a Liberdade Religiosa, para rechaçar a influência da Igreja Católica. Estava previsto na Declaração dos Direitos do Homem e do Cidadão (VIVA, 1789), no artigo 11, que menciona:

Art. 11º. A livre comunicação das idéias e das opiniões é um dos mais preciosos direitos do homem. Todo cidadão pode, portanto, falar, escrever,

imprimir livremente, respondendo, todavia, pelos abusos desta liberdade nos termos previstos na lei.

No Brasil, com a promulgação da Constituição Federal de 1988, houve a proteção ao princípio de liberdade de expressão e manifestação do pensamento, sendo vedado o anonimato. Tal conquista se deu após anos de repressão e censura de diversas formas de comunicação e encontra previsão legal no art. 5º, IV e IX⁷.

Ainda sobre democracia, Tôrres (2013, p. 61), compreende que o princípio constitucional pode ser definido como “direito fundamental diretamente correlato à garantia de voz aos cidadãos na manifestação de suas várias correntes políticas e ideológicas”. Contudo, sua devida aplicação se dá em conjunto com demais princípios constitucionais e depende de outros fatores, não podendo ser tratado de forma isolada. Neste sentido, Tavares (2012, p. 630) preleciona:

A liberdade de expressão inexistente para si mesma. Ainda que se defenda sua condição de Direito natural, tal somente existiria no mundo fenomênico em sua necessária relação com o Homem. Não haveria que falar em liberdade de expressão se este, único ser racional e capaz de se expressar, não subsistisse. Daí ser um meio e não um fim em si mesma.

Em suma, pode-se afirmar que a motivação de um princípio de Liberdade de Expressão é conferir uma soberania ao cidadão, além de reafirmar sua autenticidade perante a sociedade. Ainda, Tôrres (2013, p. 63) complementa que a interpretação do princípio deve se dar de forma mais ampla, em conjunto com a liberdade de informar e de ser informado, a liberdade de se reunir etc., desde que assegurada a operacionalidade do direito.

Como visto, compreende-se que não há alternativa para nossa sociedade se não por meio a democracia, vez que apenas com o livre pensamento garantido aos cidadãos tem-se o reconhecimento da instituição política inerente ao Estado Democrático de Direito. A título de exemplo, vê-se o caso de agentes políticos resistirem às duas facetas do tema, quando se faz necessário lidar com críticas e visibilidade excessiva, sem que possam invocar direito à honra como o cidadão comum. O cotejo da prática deve ser realizado no caso concreto, visto que tal

⁷ **Art. 5º** Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade, nos termos seguintes:

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

IX - é livre a expressão da atividade intelectual, artística, científica e de comunicação, independentemente de censura ou licença;

princípio não se caracteriza como uma regra absoluta; contudo, é correto afirmar que pode haver limitação pela legislação constitucional ou, até mesmo, por legislação própria. Nesta senda, Fernandes (2011, p. 296) classifica:

Nesses termos, para a doutrina dominante, falar em direito de expressão ou de pensamento não é falar em direito absoluto de dizer tudo aquilo ou fazer tudo aquilo que se quer. De modo lógico-implícito a proteção constitucional não se estende à ação violenta. Nesse sentido, para a corrente majoritária de viés axiológico, a liberdade de manifestação é limitada por outros direitos e garantias fundamentais como a vida, a integridade física, a liberdade de locomoção. Assim sendo, embora haja liberdade de manifestação, essa não pode ser usada para manifestações que venham a desenvolver atividades ou práticas ilícitas (anti-semitismo, apologia às drogas ao crime etc.).

Frente a isso, é vedado o anonimato a para que seja possível o reconhecimento da autoria e garantir ao ofendido o seu devido direito de resposta, e se o caso, o pagamento de indenização e danos ou, ainda, instaurar ação penal para a tipificação de possível crime contra a honra (FERNANDES, 2011, p. 296). É válido lembrar também que tal princípio também versa sobre o direito do silêncio, vez que o Estado não pode forçar seu titular a exprimir manifestações contrárias à sua vontade.

Contudo, não há previsão legal constitucional que venha delimitar a liberdade de expressão negativa, a fim de limitar de forma preventiva um conteúdo que pode causar diversos efeitos na sociedade (MORAES, 2020). Uma censura prévia do livre pensamento desrespeita o disposto na norma constitucional, vez que o poder público pode se transformar num poder mais arbitrário utilizado para silenciar e punir, além de que não é garantido que tal censura possa trazer mais legitimidade e lisura para um processo eleitoral.

Ante ao exposto, é possível afirmar que o desempenho eficiente e eficaz da democracia decorre de um respeito efetivo à liberdade de expressão, que possibilita a livre opinião, a criação de novas idéias, com circulação de informações, por fim, de tudo que nutre o conhecimento social de um povo, principalmente no tocante a período eleitoral, visto que o Legislador, a fim de acompanhar o desenvolvimento social e as novas formas de comunicação, conferiu ao eleitor um novo meio de se manifestar e de se expressar através das redes sociais.

4.2 Os Limites da Liberdade de Expressão no Cenário Eleitoral

Como visto, o princípio de liberdade de expressão implica na criação de novas variações que permitem novos pensamentos, opiniões e manifestações. Todavia, tal princípio não deve ser entendido como um direito absoluto, não cabendo o direito de dizer tudo o que se quer, deve-se haver uma limitação e um condicionamento da liberdade de expressão para garantir respeito aos demais princípios e garantias constitucionais.

Entretanto, deve-se observar que os limites ao direito de liberdade de expressão deve ser baseada na proteção e efetivação de outro direito ou princípio constitucional, permitindo a intervenção do legislador após análise do caso concreto. A Constituição Federal de 1988 dispõe de uma forma da limitação ao direito, previsto no artigo 220.

Art. 220. A manifestação do pensamento, a criação, a expressão e a informação, sob qualquer forma, processo ou veículo, não sofrerão qualquer restrição, observado o disposto nesta Constituição. (BRASIL, 1988)

Nesse entendimento, a Constituição Federal permite que o legislador se envolva, quando localizado abuso, de diversas formas: seja na proibição do anonimato, principalmente nas mídias sociais, que por vezes proporciona ao cidadão na falsa sensação de impunidade, na livre manifestação de imprensa, sendo vedada a censura. Também limita a expressão cultural, para que programas e programações de rádio e televisão cumpram e respeitem valores éticos e morais, a fim de que não ocorra abuso da liberdade de expressão. Ainda, prevê a imposição ao direito de resposta ao ofendido, pagamento de indenização em razão de sua imagem, novamente, atribuindo limites ao excesso (BRASIL, 1988).

Todavia, além dos limites previstos, tal entendimento também é aplicado aos condicionamentos do exercício da liberdade de expressão, dispostos no §3º do referido artigo, atribuindo competência à lei federal a regulação das manifestações culturais, informando sobre a sua natureza, faixa etária adequada, local e horário de apresentações e espetáculos públicos, bem como que o poder público estabeleça meios legais de garantir o direito de resposta aos participantes de programas ou programações de rádio e televisão. Ainda, condicionam a propaganda de tabaco, bebidas alcoólicas, entre outros produtos e serviços que possam ser nocivos à saúde e ao meio ambiente (BRASIL, 1988).

Nesse sentido, Tôres (2013, p. 71) afirma:

Esclarece-se que, quando se fala em regulação da liberdade de expressão, não se cogita somente de limites, mas inclui-se o conceito de condicionamentos de exercício. Os limites visam à resolução de conflitos de direitos constitucionalmente protegidos, ao passo que os condicionamentos viabilizam o exercício do direito, ou seja, são normas materiais, organizatórias e procedimentais que estruturam e disciplinam. Ambos são plenamente possíveis se condizentes com os princípios constitucionais.

Em suma, depreende-se que a liberdade de expressão não é absoluta e encontra restrições dentro do próprio Texto Constitucional. A limitação do direito e os condicionamentos do exercício precisam ser bem definidos e fundamentados, visando solucionar os abusos deste princípio e assegurar o exercício dos demais.

No contexto eleitoral, quando em excesso, este princípio produz impactos que tornam o agente que produz de forma indiscriminada, responsável por suas ações, sendo elas favoráveis ou desfavoráveis, podendo acarretar prejuízos para si e gerar motivos para ações na área cível ou, até mesmo, penal, que visam reparar e proteger o direito lesado (VIEIRA, 2021, p. 45).

Nesse sentido, resta afirmar que a liberdade de expressão, no campo eleitoral, entra em conflito com os demais princípios fundamentais, principalmente com o princípio de igualdade, que norteará a lisura do processo eleitoral e, de acordo com Barroso (2004, p. 3), o intérprete da legislação irá realizar a valoração e o entendimento adequado a cada situação, visando à resolução do conflito de garantias constitucionais. Vale dizer, portanto, que a análise do direito fundamental deve ser sempre realizada com as normas reguladoras e com o caso em cena, para verificação de seus efeitos.

Além da negativa de tutela e proteção das *fake news* pela norma constitucional de liberdade de expressão, a legislação não tolera o chamado “discurso de ódio”, que, de acordo com Oliveira (2018, p. 71):

O discurso de ódio, conhecido como “hate speech”, é a veiculação de toda e qualquer mensagem que esteja relacionada a um discurso, discriminatório, preconceituoso, direcionado a um indivíduo ou grupo específico com o intuito de humilhar e até mesmo incitar a prática de atos violentos, tendo como objetivo a discriminação raça, cor, nacionalidade, religião, orientação sexual, etnicidade ou gênero de uma pessoa.

No Brasil, a Constituição Federal de 1988 destaca o combate ao discurso de ódio nos artigos 1º, III e 3º, I, além de destacar no artigo 5º, XLI e XLII a punição a

qualquer discriminação que atente aos direitos e liberdades fundamentais, bem como pune a prática do racismo, como crime inafiançável e imprescritível.

No cenário eleitoral, somente seria justificado a intervenção da Justiça Eleitoral em casos em que houvesse um perigo real de práticas ilegais, assim como ocorre nos Estados Unidos. Entretanto é importante que este conceito de perigo real não seja aplicado somente em casos de violência física, vez que atualmente a violência moral, decorrentes de posições políticas e ideológicas já é realidade no Brasil (ANDRADE, 2018, P. 10).

Nesta senda, é válido demonstrar que tanto o emprego quanto o sofrimento da violência, seja ela física ou moral, não é particularidade de determinado partido político ou representante, haja vista que, no atual cenário polarizado, ambos os lados podem ser afetados. Para exemplificar e contextualizar pode-se relembrar duas situações: a batalha ideológica gerada, principalmente nas redes sociais, após o assassinato da vereadora Marielle Franco (PSOL-RJ), quando foi alvejada com, pelo menos, quatro tiros na cabeça, enquanto voltava de um evento na Lapa/RJ (GONÇALVES et al., 2018). Outro momento, também em 2018, foi o atentado sofrido pelo atual presidente Jair Bolsonaro (SEM PARTIDO), na época candidato pelo PSL, durante um ato de campanha em Juiz de Fora/MG, quando levou uma facada enquanto era carregado nos ombros por apoiadores (G1, 2018).

Além da violência física sofrida, em ambos os contextos foram gerados muito debates intensos e, por vezes, deploráveis, acerca do ocorrido, sejam eles para difamar e divulgar *fake news* acerca da vida pregressa da vereadora, associando sua imagem à facção criminosa Comando Vermelho (CONGRESSO EM FOCO, 2018); ou para questionar a veracidade da facada sofrida pelo atual presidente, alegada por muitos que o atentado foi apenas uma encenação para angariar votos e apelo público (BRONZATTO; MATTOS, 2019).

Por fim, pode-se concluir que é preciso estar atento quanto às notícias vinculadas e ao discurso proferido pelo público eleitorado e seus representantes, principalmente nas redes sociais que são capazes de abranger um número maior da população. Este discurso de ódio cumulado com a propagação em massa de *fake news* em períodos de campanhas eleitorais pode acarretar inúmeros prejuízos aos candidatos e eleitores que, como já dito anteriormente, pode deslegitimar uma

candidatura e até mesmo, trazer manchas e marcas à democracia que perdurarão no tempo.

4. 3 A Atuação do TSE para Combater às *Fake news* e Assegurar o Direito de Liberdade de Expressão do Eleitor

Por fim, adentra-se no tema pretendido a fim de analisar qual a efetiva atuação do TSE no combate às *fake news* durante as eleições presidenciais de 2018, incluindo os seus reflexos nas eleições gerais de 2020 e como as estratégias elaboradas pelo Tribunal resguardou o princípio constitucional de liberdade de expressão do público eleitorado e de seus representantes.

Como analisado anteriormente, os primeiros indícios de *fake news* como ameaça à democracia pela sua insana propagação se deu durante as eleições presidenciais de 2014, com a disputa entre a candidata vencedora Dilma Rousseff (PT) e o candidato Aécio Neves (PSDB). Ainda na gestão do Ministro Gilmar Mendes, à época presidente do TSE, o Tribunal já pensava que as *fake news* fossem, futuramente, objetos de combate pela democracia.

O presidente do TSE, Ministro Luiz Fux (2018), reforçou o alerta sobre os perigos da propagação infinda das *fake news*:

Notícias falsas, as *fake news*, derretem candidaturas legítimas. Uma campanha limpa se faz com a divulgação de virtudes de um candidato sobre o outro, e não com a difusão de atributos negativos pessoais que atingem irresponsavelmente uma candidatura. [...] Liberdade de expressão é pressuposto para a viabilidade de qualquer regime que se intitule verdadeiramente democrático.

Em conformidade, o Ministro Luís Roberto Barroso (2020), atual presidente do TSE, em seu discurso de posse, afirma que o principal desafio para a Justiça Eleitoral nos últimos tempos é lidar com a avalanche de *fake news* e desinformação, deliberadamente propagadas e intencionalmente falsas, sendo o principal ator de enfrentamento às *fake news* as próprias plataformas digitais – em parceria com o TSE. Reafirma o esforço da Justiça Eleitoral na conscientização da sociedade, “alertando-as a não crer acriticamente em toda informação que recebem e, sobretudo, a não repassá-las irresponsavelmente” (BARROSO, 2020).

Para ambos, Fux (2018) e Barroso (2020), o TSE deve realizar, como principal ação, a neutralização dos comportamentos abusivos em conjunto com a imprensa, que deverão filtrar a quantidade de conteúdos que circulam pelas redes.

Sendo assim, inicialmente foi criada uma das principais medidas do TSE - que serve de base para as atuais regulamentações do tema - o Conselho Consultivo sobre Internet e Eleições, instituído pela Portaria nº 949/2017, que prevê no art. 2º, como principais atribuições, propor ações de aperfeiçoamento das normas eleitorais e desenvolver pesquisas eleitorais sobre o risco de bots e das *fake news*. Em 2018, organizou ainda, um encontro com os representantes do FBI para discussão sobre estratégias de ação frente às notícias falsas com o apoio da imprensa (TSE, 2018).

Pode-se concluir que o TSE buscou realizar iniciativas de cunho educativo durante o período eleitoral de 2018, a fim de educar o eleitor em relação à divulgação e recebimento de notícias, sejam elas de qualquer candidato e matéria, para que nas futuras eleições, os propagadores de *fake news* encontrassem um público mais conscientizado e preparado para lidar com o tema (TSE, 2020).

4.3.1 A influência das fake news durante as eleições de 2018 e seus reflexos nas eleições de 2020

Apesar de seu início nas eleições presidenciais de 2014, a disseminação das *fake news* atingiu seu ápice no Brasil durante a campanha eleitoral das Eleições Presidenciais de 2018. Previsto anteriormente como “uma eleição presidencial que se preanuncia como a mais espinhosa e, porque não dizer, a mais imprevisível desde 1989” (FUX, 2018), a polarização partidária deu lugar a uma batalha de produção e divulgação de notícias falsas sobre os candidatos, sobre o processo, sua eficácia, entre outros temas.

O primeiro turno foi realizado no dia 07 de outubro de 2018, com segundo turno datado em 28 de outubro do referido ano. Nessa, foram eleitos pelo sistema proporcional, os Deputados Estaduais, Distritais e Federais, e os Senadores. Os Governadores dos Estados e do Distrito Federal e o Presidente e seu Vice, foram eleitos pelo sistema majoritário, sendo este último, objeto de análise.

No primeiro turno, a disputa presidencial ocorreu entre 13 candidatos, sendo levados ao segundo turno o candidato Jair Messias Bolsonaro (PSL), com 46,03% e

o candidato Fernando Haddad (PT), com 29,28% (TSE, 2018). No segundo turno, o vencedor foi o candidato Jair Bolsonaro (PSL), com 55,13% dos votos (MAZUI, 2021).

Acerca do resultado, Carvalho (2020, p. 35) preleciona:

O cenário político brasileiro nessas eleições contava com uma população cansada dos escândalos de corrupção recentes, como os evidenciados pela operação “Lava Jato”, desiludido com os seus representantes, abalado com os eventos recentes, tais como o impeachment da Presidenta Dilma Rousseff e a prisão do ex-presidente da República e confuso diante da grande difusão de *fake news* que estavam a rodear o mundo político.

Assim como as eleições presidenciais americanas, em 2016, esperava-se que a influência das *fake news* seria enorme, a ponto de reverter resultados. De acordo com uma pesquisa realizada na conferência em 2018 “*Brazil UK Forum*”, realizada na *London School of Economics* e na Universidade de Oxford, no Reino Unido, pela Idea Big Data, 67% dos entrevistados afirmam ter recebido *fake news* pelo WhatsApp durante a campanha eleitoral de 2018 (FOLHA DE S. PAULO, 2019).

Nesse sentido, Braga (2018, p. 210) afirma que a indústria da *fake news* prospera em um cenário polarizado, vez que seus propagadores aproveitam os fatos controversos e fornecem notícias e um grupo para outro, para que o indivíduo que receba essas notícias possa reafirmar suas convicções e concepções, atribuindo a culpa do problema no espectro oposto.

Para Magrani e Oliveira (2018, p. 19), a campanha eleitoral do, então candidato, Jair Bolsonaro (PSL) foi regada de desinformação que promoviam a sua promoção. Um exemplo de tal fato foi quando o, à época, candidato Jair Bolsonaro (PSL), durante uma entrevista presidencial no Jornal Nacional, transmitido pela Rede Globo de Televisão, atribuiu ao governo de oposição, representado pelo candidato Fernando Haddad (PT), o popularmente conhecido como “kit gay”: uma cartilha que incentivava um início cedo à vida sexual e a homossexualidade entre crianças (CALEGARI, 2018). Mesmo após a intervenção do TSE, retirando o conteúdo relacionado ao termo do ar e, ainda, proibindo a veiculação dessa informação, pesquisas apontam que uma grande parcela dos eleitores ainda acredita supracitada e ainda reproduzem falar acerca do “kit gay” (CONGRESSO EM FOCO, 2018).

Noutra senda, outra *fake news* que merece destaque foram os vídeos com um conteúdo xenofóbico, que consta o Deputado Eduardo Bolsonaro (PSL) vestindo uma camiseta com a frase: "Movimento nordestinos voltem pra casa. O Rio não é lugar para jegue" (SCHULTZ, 2018). Tal conteúdo ainda acarreta represálias ao Deputado Eduardo Bolsonaro e manchou a candidatura do Deputado Jair Bolsonaro, vez que ainda muitos eleitores acreditam na imagem e vídeo adulterado (GAZETA DO POVO, 2018).

Tais comportamentos acarretam prejuízos à democracia e comprometem o processo eleitoral como um todo. Neste sentido, Carvalho (2020, p. 39):

Dessa forma, depreende-se desse contexto, que além das *fake news* estarem sendo utilizada para desmoralizar e prejudicar candidaturas ao mesmo passo que auxilia alguns estão também sendo utilizadas como forma de atacar instituições democráticas, como a Justiça eleitoral, nota-se que grande parte das notícias falsas divulgadas pelo site do TSE, estão relacionadas com a própria justiça eleitoral e a incitando dúvidas sobre a lisura das eleições.

Contudo, o mesmo panorama se observou nas Eleições Municipais de 2020, vez que o Brasil e o mundo enfrentavam a pandemia do vírus SARS-CoV-2, o Coronavírus, e a campanha eleitoral se tornou mais virtual do que em 2018. Apesar de iniciativas e estratégias tomadas pela Justiça Eleitoral e pelas próprias empresas de redes sociais, fez-se necessárias novas medidas para conter a propagação das notícias falsas na internet.

A fim de possibilitar reflexões e estratégias para as Eleições Municipais de 2020, o TSE, sob presidência da Ministra Rosa Weber, em conjunto com a União Européia, promoveram o "Seminário Internacional *Fake news* e Eleições" (2019), uma das principais ações de prevenção à disseminação das notícias falsas, que reuniu especialistas no tema e autoridades brasileiras para debater e compartilhar experiências sobre o assunto. Nessa senda, a Ministra Rosa Weber (SEMINÁRIO INTERNACIONAL *FAKE NEWS* E ELEIÇÕES, 2019, p. 17), afirma que:

Cumpra a nós, contudo, estudá-lo, compreendê-lo e acompanhá-lo, para que seja possível ao menos minimizar a sua esfera de influência na salvaguarda da lisura do exercício do bem maior, que é a nossa democracia.

Ante ao exposto, faz-se necessário analisar quais as ferramentas criadas pelo TSE, em conjunto com empresas públicas e privadas, que combatam esse conteúdo de desinformação ameaçador à democracia, tão amplamente intensificado

em 2018, refletindo seus efeitos nas eleições de 2020, para que não comprometa a integridade processual e a livre expressão de cada eleitor.

4.3.2 A atuação do TSE e das agências de fact-checking no combate à desinformação

É inegável a influência que as redes sociais exercem na sociedade atual, trazendo facilidade para os cidadãos e um domínio sobre a informação que irão consumir; tal influência é essencial numa sociedade democrática. Contudo, como verificado anteriormente, muitos interessados se utilizam da facilidade da internet para propagar desinformação à sociedade, através das notícias falsas e do uso de perfis robotizados, utilizando-se de ações que visam manipular eleitores e deslegitimar candidaturas (VIEIRA, 2021, p. 57).

De acordo com uma pesquisa encomendada pela empresa “Secure Avaaz”, conduzida pelo IDEIA Big Data, em 2018 com 1.491 indivíduos, foi constatado que durante o segundo turno das eleições de 2018 no Brasil, 83,7% de eleitores entrevistados acreditaram que o candidato Fernando Haddad (PT) havia implementado um “kit gay” nas escolas, direcionado às crianças e que 86% dos entrevistados foram expostos à história sobre fraude nas urnas eletrônicas (LEIA JÁ, 2018). Os resultados dessa pesquisa podem corroborar com o clima eleitoral que precedeu às eleições, com muita notícia falsa, gerando uma disseminação do ódio e ofensas nas redes sociais, proferidas aos candidatos envolvidos com as notícias.

Corroborando com a comoção pública nas redes, Empoli (2019, p. 19) explana em sua obra “Engenheiros do Caos”:

Naturalmente, como as redes sociais, a nova propaganda se alimenta, sobretudo, de emoções negativas, pois são essas que garantem a maior participação, daí o sucesso das *fake news* e das teorias da conspiração. Mas tal tipo de comunicação possui também um lado festivo e libertário, comumente desconhecido daqueles que enfatizam unicamente a faceta sombria do Carnaval populista. O escárnio vem sendo, desde então, a ferramenta mais eficiente para dissolver as hierarquias. Durante o Carnaval, um bom e libertador ataque de riso é capaz de enterrar a ostentação do poder, suas regras e suas pretensões. Nada mais devastador para a autoridade que o impertinente, que a transforma em objeto de ridículo.

Visando combater essa propagação de inverdades nas redes sociais, o TSE adotou estratégias e iniciativas junto às próprias empresas das redes sociais Facebook, WhatsApp . Dentre suas ações, o órgão desenvolveu ferramentas e medidas de combate que visam informar e conscientizar o eleitor, como no caso do WhatsApp, que contará com uma plataforma desenvolvida para receber denúncias, tanto da Justiça Eleitoral como do próprio eleitor, de contas suspeitas de realizar compartilhamento em massa de mensagens falsas, bem como um robô controlado pelo TSE irá receber disparar mensagens de informação legítimas advindas da Justiça Eleitoral (D'AGOSATINO, 2020).

Com o Facebook, a estratégia desenvolvida foi a ferramenta “Megafone”, que fará a divulgação de mensagens no *feed* de notícias do eleitor sobre as eleições, sua organização, medidas de segurança para o dia da votação, de acordo com as normas estabelecidas (D'AGOSATINO, 2020).

A Justiça Eleitoral também vem realizando parcerias inéditas entre agências de checagem de fatos, conhecido como fact-checking. A iniciativa se iniciou durante o segundo turno das eleições presidenciais, após análise da insana influência que as *fake news* promoveram no resultado do primeiro turno. Assim, o Conselho Consultivo sobre Internet e Eleições realizou uma reunião com representantes das agências de fact-checking para elaboração de planos e iniciativas sobre o combate à disseminação das notícias falsas, prezando sempre por um enfrentamento aberto ao público e democrático. De pronto, o Tribunal em conjunto com a Agência Lupa, realizou a detecção de 50 conteúdos classificados como falso nas redes sociais, sendo desmentidos posteriormente pelas plataformas sociais da Justiça Eleitoral (TSE, 2018).

Em 2020, o TSE, sob a presidência do Ministro Luís Roberto Barroso, criou o “Coalizão para Checagem – Eleições 2020”, que traduz uma parceria com nove agências de checagem de fatos para identificar as notícias falsas sobre as eleições e, de forma ágil e eficiente, encontrar respostas verdadeiras, publicando-as na página “Fato ou Boato”, site criado em 2016 para ampliar e esclarecer informações relacionadas ao processo eleitoral, integrando o Programa de Enfrentamento à Desinformação com Foco nas Eleições 2020 (TSE, 2020).

Por fim, pode-se concluir que é cada vez mais necessária a atenção da Justiça Federal, haja vista a influência exercida no voto do eleitor e sua rápida

propagação. Portanto, a fiscalização das redes sociais e das agências de checagem deve ser eficaz, com o objetivo de defender a democracia e combater a desinformação. Contudo, a Justiça Eleitoral deve se atentar ao conflito existente entre: o controle de informação e o direito à liberdade de expressão do eleitor.

Portanto, mostra-se necessário analisar a efetiva atuação judicial do TSE na mediação no conflito existente, resguardando ao eleitor o seu direito à livre expressão e manifestação e, ao ofendido, o seu direito de resposta e, se cabível, sua devida punição na esfera eleitoral, cível ou criminal.

4.3.3 Medidas e estratégias de decisões monocráticas adotadas pelo TSE durante o pleito eleitoral de 2018

A intensa velocidade da disseminação de *fake news* durante o pleito de 2018 fez com que o TSE entrasse no jogo de forma rápida e eficiente, realizando uma atuação rápida e efetiva, no julgamento de liminares protocolizadas durante a eleição. Nesse sentido, Fux (2018) explana:

No exercício da função jurisdicional, balizaremos a nossa atuação no respeito à soberania popular, à igualdade de chances entre os candidatos, à democracia e ao republicanismo, realizando a justiça de forma minimalista, isto é, a justiça deve coadjuvar a festa da democracia, intervindo apenas e tão só nos casos de infrações que mitiguem esses pilares essenciais.

Portanto, deve-se analisar quais medidas o TSE têm adotado para conter a disseminação das notícias falsas ao tempo que não fere ao direito de liberdade de expressão do eleitor. Sendo a campanha nas eleições presidenciais de 2018 o objeto de análise do presente estudo, buscou-se filtrar por representações envolvendo os dois candidatos à Presidência e suas respectivas coligações, sendo o Representante nas ações o candidato Jair Messias Bolsonaro e a “Coligação Brasil Acima de Tudo, Deus Acima de Todos (PSL/PRTB)” e o Representado o candidato Fernando Haddad e “Coligação O Brasil Feliz de Novo (PT/PCdoB/PROS)”.

De início, é necessário ressaltar que o objeto da análise não será o mérito nem o cunho político das representações, mas sim qual a estratégia adotada pelo Tribunal na resolução do conflito e qual o limite imposto pelo entendimento técnico-jurídico acerca do tema.

Foi ajuizada uma representação nº 060178172 (BRASIL, 2018), pela “Coligação Brasil Acima de Tudo, Deus Acima de Todos (PSL/PRTB)” e por Jair Messias Bolsonaro contra “Empresa Folha da Manhã S.A.”, alegando, em apertada síntese, a promoção de matéria jornalística supostamente ofensiva e difamatória, acusando o Representante de ser beneficiado por empresas que impulsionam conteúdos e pacotes de envio de mensagens falsas para realizar propaganda negativa em desfavor de sua principal oposição, o Partido dos Trabalhadores - PT, configurando assim crime eleitoral e prática de Caixa Dois; requerem, liminarmente, a suspensão do conteúdo divulgado e após a concessão do direito de resposta.

Na decisão, o Relator Ministro Sérgio Banhos obteve entendimento de que não havia os elementos necessários para a concessão da tutela, decidindo em prol do contraditório e da liberdade de imprensa. Ainda, decidiu que a matéria questionada encontra-se fundamentada em pesquisas e investigações realizadas pela própria, que apurou cada contrato e localizou os envolvidos, não assistindo razão a alegação do Representante de conteúdo supostamente falso. Ao fim, o Relator conclui pela improcedência da representação (BRASIL, 2018).

Em outro caso, na representação nº 060170111, movida pelas partes acima citadas, o Representante alega irregularidade na propaganda veiculada no rádio, que utilizou efeitos de mixagem e trucagem para proferir *fake news* e ofensas à imagem do mesmo, reproduzindo mentiras acerca do voto do representante na criação da LBI e atribuindo-o a responsabilidade às violências ocorridas durante o período eleitoral (BRASIL, 2018).

Neste, o Relator Ministro Sérgio Silveira Banhos, obteve entendimento de que seria medida de justiça o deferimento do pedido liminar de cessação da divulgação da referida propaganda eleitoral no rádio, vez que foram encontrados elementos suficientes da transgressão alegada, se utilizando de conteúdos com montagem e trucagem, capazes de desequilibrar a disputa eleitoral e prejudicar o Representante (BRASIL, 2018)

Contudo, a Justiça Eleitoral preza pela resolução nas próprias plataformas sociais. Nesse sentido, Barroso (2020) alega:

[...]As plataformas digitais –como Google, Facebook, Instagram, Twitter e WhatsApp –, todos parceiros do TSE sob a liderança da Ministra Rosa Weber, podem -e devem -se valer da própria tecnologia e de suas políticas de uso para neutralizar a atuação de robôs e comportamentos

inusuais na rede. É necessário o esforço comum de todas elas para impedirem o uso abusivo que importa em degradação da democracia.

Neste sentido, na representação nº 060182069, alega o Representante da divulgação de *fake news* ofensivas e difamatórias na rede social Twitter acerca de seu posicionamento sobre a Lei Maria da Penha, requerendo liminarmente a retirada do conteúdo e a concessão do direito de resposta (BRASIL, 2018).

Em sede de decisão, o Relator Ministro Sérgio Silveira Banhos afirma que devem ser analisados outros aspectos para que não haja um corte da liberdade democrática na internet, vez que tratava da livre manifestação nos meios virtuais. Em síntese, concluiu que é considerável o direito de resposta na própria rede e, em relação a retirada do conteúdo em sede liminar, não existe elementos hábeis para a medida, visto que o ambiente das redes sociais devem ser de mais liberdade (BRASIL, 2018).

Diante do exposto, resta claro que as decisões e estratégias adotadas pelo TSE significam um grande passo no combate à desinformação, devendo ser aperfeiçoada para resguardar ao público eleitorado o direito à informação e a lisura de um processo eleitoral para escolha de seus representantes. Contudo, mostrou-se pouco efetiva e eficaz, haja vista que as *fake news* mancharam candidaturas, tendo influenciado diretamente no poder de voto do eleitor, o que desconfigura a natureza da democracia, devendo ser combatidas e controladas.

5 CONCLUSÃO

O avanço tecnológico na sociedade atual traz consigo inúmeras formas de facilitar relações e experiências, alterando conceitos e introduzindo o que novo e atual à vida dos cidadãos. Pode-se afirmar que, com esse avanço, a internet possui um poder influenciador na tomada de decisões da população, desde decisões mais casuais até as mais complexas. Não é diferente na esfera eleitoral, quando por meio de eleições, o eleitor escolhe quem melhor o representará para assumir tal função.

O presente estudo buscou analisar a influência das *fake news* nas eleições e verificar se as estratégias definidas pelo órgão máximo da Justiça Eleitoral, o Tribunal Superior Eleitoral, são suficientes para coibir a desinformação gerada nas mídias sociais ao tempo que garante a liberdade de expressão e livre manifestação do público eleitoral, princípio este conquistado após anos de repressão.

Para isso, primeiro buscou-se definir o que são as *fake news* e classificar suas características, a fim de se identificar o que é verdade e o que não é. Constatou-se que, apesar do termo recente, as *fake news* exercem influência na tomada de decisões do público desde os primórdios da civilização e, apesar de não haver um conceito definido, entendeu-se que são informações adulteradas de forma intencional de erros e falsidades, que visam atingir determinados objetivos em uma narrativa.

Adentrado ao assunto, foi analisado como funciona o sistema eleitoral brasileiro e a propaganda eleitoral, bem como as principais mudanças trazidas com a Lei 13.488 de 2017, que visou alterar a lei das eleições e o código eleitoral e revogou dispositivos da Lei nº 13.165 de 2015, visando eliminar determinadas regras específicas e preservar a proporcionalidade entre os partidos e, por fim, promover algumas reformas no ordenamento político-eleitoral.

Após as alterações da legislação, o principal campo de propaganda eleitoral migrou para a internet, fazendo com que outros meios de comunicação se tornassem subsidiários na campanha. Entretanto, muito se discute sobre a veracidade das informações divulgadas, uma vez que muitos utilizam as redes sociais para desinformar a população através das *fake news*.

Ao final, buscou-se analisar o princípio constitucional de liberdade de expressão no estado democrático de direito, bem como os seus limites no cenário eleitoral, identificando que a Constituição Federal, em conjunto com a Justiça Eleitoral, preza pela garantia da livre expressão e manifestação do eleitor, vez que tal princípio e a sua limitação é o que configura a democracia em uma sociedade. Buscou também se aprofundar sobre a problemática da presente pesquisa: quais as medidas adotadas pelo Tribunal Superior Eleitoral para combater a desinformação nas mídias sociais sem atingir o direito de liberdade de expressão no cenário eleitoral.

O debate público-eleitoral é essencial em uma sociedade democrática e indispensável para configurar a tomada de decisão do coletivo, visto que é este processo que estabelece o sistema de governo democrático e, para que haja um exercício real da vontade coletiva, faz-se necessário a garantia de princípios de liberdade de expressão e manifestação, com previsão na Carta Magna.

Como resultado do presente estudo, constatou-se que o TSE adotou medidas preventivas que visam combater a desinformação com informação, como parcerias com agências de checagem de fatos, divulgação de informações legítimas através das próprias plataformas de redes sociais e mídias digitais, como o Facebook, WhatsApp e Twitter, e iniciativas que visem capacitar e conscientizar o eleitor e levá-los identificar o conteúdo da mensagem que estão recebendo e compartilhar notícias com consciência e responsabilidade.

Nota-se que há uma preocupação do legislador em regulamentar este instituto, transformando-o passível para atuação dos tribunais, contudo observou-se que o TSE, quando provocado, exerceu sua função de forma discreta nas representações apresentadas, visando à celeridade do processo, haja vista a influência das notícias falsas na escolha do voto do eleitor, todavia, atuou de forma ineficaz no combate a propagação das notícias, vez que as eleições de 2018 foram guiadas pela propagação de *fake news*.

REFERÊNCIAS

AGLANTZAKIS, Vick Mature. **FAKE NEWS COMO AMEAÇA À DEMOCRACIA E OS MEIOS DE CONTROLE DE SUA DISSEMINAÇÃO**. Revista de Teorias da Democracia e Direitos Políticos, [s. l], v. 6, n. 1, p. 20-37, jan. 2020. s. Disponível em: <https://indexlaw.org/index.php/revistateoriasdemocracia/article/view/6465/pdf>. Acesso em: 30 ago. 2021.

AGRA, Walber de Moura; VELLOSO, Carlos Mario da Silva. **PROPAGANDA ELEITORAL e sua incidência**. Estudos Eleitorais, Brasília, v. 5, n. 1, p. 37-64, jan. 2010. Disponível em: http://bibliotecadigital.tse.jus.br/xmlui/bitstream/handle/bdtse/293/propaganda_eleitoral_incidencia_agra?sequence=1&isAllowed=y. Acesso em: 14 ago. 2021.

ANDRADE, Marcelo Santiago de Padua. **Discurso de ódio e eleições. Revista Eletrônica de Direito Eleitoral e Sistema Político - REDESP**, São Paulo, n. 2, p. 1-15, jan./jun. 2018.

BARIFOUSE, Rafael. BBC. Eleições 2014: **Novos hábitos criam pleito mais conectado do mundo**. 2014. Disponível em: https://www.bbc.com/portuguese/noticias/2014/10/141028_eleicoes2014_internet_rb. Acesso em: 25 ago. 2021.

BARROSO, Luis Roberto. **Colisão entre Liberdade de Expressão e Direitos da Personalidade**. Critérios de Ponderação. Interpretação Constitucionalmente Adequada do Código Civil e da Lei de Imprensa. Revista de Direito Administrativo, Rio de Janeiro, v. 1, n. 235, p. 1-36, mar. 2004. Disponível em: <https://doi.org/10.12660/rda.v235.2004.45123>. Acesso em: 15 set. 2021.

BARROSO, Luis Roberto. **Discurso de Posse do Excelentíssimo Senhor Ministro Luís Roberto Barroso**. 2020. Disponível em: https://www.tse.jus.br/imprensa/noticias-tse/arquivos/discurso-de-posse-ministro-luis-roberto-barroso-25-05-2020/rybena_pdf?file=https://www.tse.jus.br/imprensa/noticias-tse/arquivos/discurso-de-posse-ministro-luis-roberto-barroso-25-05-2020/at_download/file. Acesso em: 14 set. 2021.

BASSETS, Marc. **Donald Trump vence as eleições 2016 dos Estados Unidos**. 2016. Disponível em: https://brasil.elpais.com/brasil/2016/11/09/internacional/1478660050_114058.html. Acesso em: 25 ago. 2021.

BBC (Brasil). **Obama é eleito 1º presidente negro dos EUA**. 2008. Disponível em: https://www.bbc.com/portuguese/reporterbbc/story/2008/11/081105_eua_fechamento9rg. Acesso em: 25 ago. 2021.

BBC. **'Fake news' é eleita palavra do ano e ganhará menção em dicionário britânico**. 2017. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/internacional-41843695>. Acesso em: 07 abr. 2021.

BERNARDI, Raqueline; NETO, Nader Thomé; ZANOTELLI, Maurício. **ELEIÇÕES, DEMOCRACIA E LIBERDADE DE EXPRESSÃO: A PROPAGANDA ELEITORAL NA INTERNET E O ORDENAMENTO JURÍDICO BRASILEIRO**. *Iurisprudentia: Revista da Faculdade de Direito da AJES, Juína/Mt*, v. 10, n. 19, p. 30-58, jan. 2021. Semestral. Disponível em: <https://www.revista.ajes.edu.br/index.php/iurisprudentia/article/view/455>. Acesso em: 15 ago. 2021.

BOBBIO, Norberto. **A Era dos Direitos**. Rio de Janeiro: Campus, 1992.

BRAGA, Renê Moraes da Costa. **A indústria das fake news e o discurso de ódio**. In: PEREIRA, Rodolfo Viana (Org.). **Direitos políticos, liberdade de expressão e discurso de ódio**. Volume I. Belo Horizonte: IDDE, 2018. p. 203-220. ISBN 978-85-67134-05-5. Disponível em: <http://bibliotecadigital.tse.jus.br/xmlui/handle/bdtse/4443>. Acesso em 14 set. 2021

BRANDÃO, Marcelo. **Senado aprova PL das Fake news; projeto segue para Câmara**. 2020. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/politica/noticia/2020-06/senado-aprova-pl-das-fake-news-projeto-segue-para-camara>. Acesso em: 08 abr. 2021.

BRASIL. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília, DF: Centro Gráfico, 1988.

BRASIL. Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014. **Estabelece princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da Internet no Brasil**. Brasília, 2014. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/l12965.htm. Acesso em: 15 ago. 2021.

BRASIL. **Lei nº 13.488, de 06 de outubro de 2017**. Altera as Leis nº 9.504, de 30 de setembro de 1997 (Lei das Eleições), 9.096, de 19 de setembro de 1995, e 4.737, de 15 de julho de 1965 (Código Eleitoral), e revoga dispositivos da Lei nº 13.165, de 29 de setembro de 2015 (Minirreforma Eleitoral de 2015), com o fim de promover reforma no ordenamento político-eleitoral. Brasília, Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2017/lei/L13488.htm. Acesso em: 15 ago. 2021.

BRASIL. Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997. **Estabelece normas para as eleições**. Brasília, Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9504.htm. Acesso em: 15 ago. 2021.

BRASIL. **Projeto de Lei nº 2.630 de 2020**. Institui a Lei Brasileira de Liberdade, Responsabilidade e Transparência na Internet. Câmara dos Deputados. Brasília, 2020. Disponível em:

<https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=256735>. Acesso em: 16 abr. 2021

BRASIL. Supremo Tribunal Federal. **Ação Direta de Inconstitucionalidade nº 4.650**. Relator: Ministro Luiz Fux. Brasília de 2015. Ação Direta de Inconstitucionalidade 4.650. Distrito Federal. Plenário, 17 set. 2015.

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. **Intimação Decisão Monocrática nº 060178172**. Relator: Min. Sergio Silveira Banhos. Brasília, DF, 21 de outubro de 2018. Publicação: MURAL - Mural Eletrônico. Brasília, 2018. Disponível em: https://www.tse.jus.br/jurisprudencia/decisoes/monocraticas-do-tse/@@monocraticas-search?url=&q=&as_epq=&as_oq=&as_eq=&numero_decisao=060178172&relator=&relator_signatario=&data_inicial=&data_final=&tipo_doc=dtdec. Acesso em: 15 set. 2021.

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. **Intimação Decisão Monocrática nº 060170111**. Relator: Min. Sérgio Silveira Banhos. Brasília, DF, 16 de outubro de 2018. Publicação: MURAL – Mural eletrônico. Brasília, 2018. Disponível em: https://www.tse.jus.br/jurisprudencia/decisoes/monocraticas-do-tse/@@monocraticas-search?url=&q=&as_epq=&as_oq=&as_eq=&numero_decisao=060170111&relator=&relator_signatario=&data_inicial=&data_final=&tipo_doc=dtdec. Acesso em 15 set. 2021.

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. **Intimação Decisão Monocrática nº 060182069**. Relator: Min. Sérgio Silveira Banhos. Brasília, DF, 26 de outubro de 2018. Publicação: MURAL – Mural eletrônico. Brasília, 2018. Disponível em: https://www.tse.jus.br/jurisprudencia/decisoes/monocraticas-do-tse/@@monocraticas-search?url=&q=fake+news&as_epq=&as_oq=&as_eq=&numero_decisao=060182069&relator=&relator_signatario=&data_inicial=&data_final=&tipo_doc=dtdec. Acesso em 15 set. 2021.

BRONZATTO, Thiago; MATTOS, Marcela. **6 de setembro de 2018: um dia para entrar na história** 2019. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/politica/facada-bolsonaro-um-ano/>. Acesso em: 13 set. 2021.

CALEGARI, Luiza. **Bolsonaro ressuscita polêmica do "kit gay" com livro juvenil no JN**. 2018. Disponível em: <https://exame.com/brasil/bolsonaro-ressuscita-polemica-do-kit-gay-com-livro-juvenil-no-jn/>. Acesso em: 14 set. 2021.

CARVALHO, Gustavo Arthur Coelho Lobo de; KANFFER, Gustavo Guilherme Bezerra. **O tratamento jurídico das Notícias Falsas**. Disponível em: <https://www.conjur.com.br/dl/tratamento-juridico-noticias-falsas.pdf>. Acesso em: 07 abr. 2021.

CARVALHO, Karmem Karol Lima. **FAKE NEWS: Uma análise do processo eleitoral de 2018 e as possíveis soluções encabeçadas pelo Parlamento brasileiro**. 2020. 66 f. TCC (Graduação) - Curso de Direito, Universidade Federal de Campina Grande - UFCG, Sousa - PB, 2020.

CERQUEIRA, Thales Tácito; CERQUEIRA, Camila Albuquerque. **Direito Eleitoral Esquemático**. 2. ed.: jan./2012. São Paulo: Saraiva, 2012.

CONGRESSO EM FOCO. **Psol denuncia Alberto Fraga por “fake news” sobre Marielle, e deputado fecha conta no Twitter e no Facebook**. 2018. Disponível em: <https://congressoemfoco.uol.com.br/especial/noticias/psol-denuncia-alberto-fraga-por-fake-news-sobre-marielle-e-deputado-fecha-conta-no-twitter-e-no-facebook/>. Acesso em: 13 set. 2021.

CONGRESSO EM FOCO. **TSE diz que “kit gay” não existiu e proíbe Bolsonaro de disseminar notícia falsa**. 2018. Disponível em: <https://congressoemfoco.uol.com.br/eleicoes/tse-diz-que-kit-gay-nao-existiu-e-proibe-bolsonaro-de-disseminar-noticia-falsa/>. Acesso em: 14 set. 2021.

D'AGOSATINO, Rosanne. **TSE lança parceria com redes sociais contra desinformação durante a campanha eleitoral**. 2020. Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/eleicoes/2020/noticia/2020/09/30/tse-lanca-parceria-com-whatsapp-para-coibir-disparos-em-massa-nas-eleicoes.ghtml>. Acesso em: 16 set. 2021

DARNTON, Robert. **Armadilha da mídia: redes difamatórias de comunicação existem há quatro séculos**. 1995. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/1995/9/17/mais!/16.html>. Acesso em: 07 abr. 2021.

DATASENADO. **Redes Sociais, Notícias Falsas e Privacidade de Dados na Internet**. 2019. Pesquisa DataSenado. Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/institucional/datasetado/arquivos/mais-de-80-dos-brasileiros-acreditam-que-redes-sociais-influenciam-muito-a-opinio-das-pessoas>. Acesso em: 30 jun. 2021.

DELMAZO, Caroline; VALENTE, Jonas C. L.. **Fake news nas redes sociais online: propagação e reações à desinformação em busca de cliques**. *Media & Jornalismo [S.l.]*, v. 18, n. 32, p. 155-169, maio 2018. ISSN 2183-5462. Disponível em: <<http://impactum-journals.uc.pt/mj/article/view/5682>>. Acesso em: 08 abr. 2021

DUALIBI, Julia. O Estadão de S. Paulo. **Estratégia de Obama vira modelo**. 2009. Disponível em: <https://politica.estadao.com.br/noticias/geral,estrategia-de-obama-vira-modelo,419495>. Acesso em: 25 ago. 2021.

EMPOLI, Giuliano da. **Os engenheiros do caos**. São Paulo: Vestígio, 2019. 149 p. Tradução Arnaldo Bloch.

ESPINOSA, Baruch de. **Tratado político**. Trad. Manuel de Castro. São Paulo: Victor Civita, 1973. (Os pensadores, XVII)

FERNANDES, Bernardo Gonçalves. **Curso de direito constitucional**. 3. ed. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2011.

FERREIRA, Karla de Lourdes. **Práticas da comunicação pública no contexto digital**. Natal, 2020. 245f.: il. color.

FOLHA DE S. PAULO. **2 em cada 3 receberam fake news nas últimas eleições, aponta pesquisa**. 2019. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2019/05/2-em-cada-3-receberam-fake-news-nas-ultimas-eleicoes-aponta-pesquisa.shtml>. Acesso em: 14 set. 2021.

FOLHA DE S. PAULO. **Bolsonaro leva facada durante ato de campanha em Juiz de Fora**. 2018. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/09/bolsonaro-leva-facada-durante-ato-de-campanha-em-juiz-de-fora.shtml>. Acesso em: 26 ago. 2021.

FUX, Luiz. **Discurso de posse do Excelentíssimo Senhor Ministro Luiz Fux na presidência do Tribunal Superior Eleitoral**. 2018. Disponível em: <https://www.conjur.com.br/dl/discurso-fux-posse-tse.pdf>. Acesso em: 14 set. 2021

G1. **Donald Trump vence Hillary Clinton e é eleito presidente dos EUA**. 2016. Disponível em: <http://g1.globo.com/mundo/eleicoes-nos-eua/2016/noticia/2016/11/donald-trump-vence-hillary-clinton-e-e-eleito-presidente-dos-eua.html>. Acesso em: 25 ago. 2021.

G1. **Jair Bolsonaro leva facada durante ato de campanha em Juiz de Fora**. 2018. Disponível em: <https://g1.globo.com/mg/zona-da-mata/noticia/2018/09/06/ato-de-campanha-de-bolsonaro-em-juiz-de-fora-e-interrompido-apos-tumulto.ghtml>. Acesso em: 13 set. 2021.

GAZETA DO POVO. **É falsa a inscrição xenofóbica sobre nordestinos em camisa de filho de Bolsonaro**. 2018. Disponível em: <https://especiais.gazetadopovo.com.br/eleicoes/2018/fake-news/e-falsa-inscricao-xenofobica-sobre-nordestinos-em-camisa-de-filho-de-bolsonaro/>. Acesso em: 14 set. 2021.

GOMES, Gledson Primo; VILAR, Kaiana Coralina do Monte. **Análise do projeto de Lei das Fake news em perspectiva das eleições**. Revista de Direito, [S.L.], v. 12, n. 02, p. 01-16, 9 dez. 2020. Revista de Direito. <http://dx.doi.org/10.32361/2020120211205>.

GOMES, Wilson; FERNANDES, Breno; REIS, Lucas; SILVA, Tarcizio. **“POLITICS 2.0”: a campanha on-line de barack obama em 2008**. Revista de Sociologia e

Política, Curitiba, v. 17, n. 34, p. 29-43, out. 2009. Disponível em: <https://revistas.ufpr.br/rsp/article/view/29344/19108>. Acesso em 08 abr. 2021.

GONÇALVES, João Ricardo, *et al.* **Vereadora do PSOL, Marielle Franco é morta a tiros na Região Central do Rio**. 2018. Disponível em: <https://g1.globo.com/rj/rio-de-janeiro/noticia/vereadora-do-psol-marielle-franco-e-morta-a-tiros-no-centro-do-rio.ghtml>. Acesso em: 13 set. 2021.

HANCOCK, Jaime Rubio. **Dicionário Oxford dedica sua palavra do ano, 'pós-verdade', a Trump e Brexit**. 2016. Disponível em: https://brasil.elpais.com/brasil/2016/11/16/internacional/1479308638_931299.html. Acesso em: 07 abr. 2021.

HIGGINS, Kathleen. **Post-truth: a guide for the perplexed**. Nature, [s.l.], v. 540, n. 7631, p.9-9, 28 nov. 2016. Disponível em: <<https://www.nature.com/news/post-truth-a-guide-for-the-perplexed-1.21054>>. Acesso em: 07 abr. 2021.

ITUASSU, Arthur; AZEVEDO, Dilva. **Repolitização a representação: uma teoria para iniciativas digitais em prol dos processos político-representativos no Brasil**. Revista Compólitica, n.3, vol.2. ed. Jul-dez, 2013 p.86

LEAL, Amanda Fernandes. **Uma análise do posicionamento do tribunal superior eleitoral na defesa da liberdade de expressão diante da propaganda eleitoral na internet**. 2021. 323 f. Dissertação (Mestrado em Direito Constitucional) - Instituto Brasileiro de Ensino, Desenvolvimento e Pesquisa, Teresina, 2021. Disponível em: <https://repositorio.idp.edu.br/handle/123456789/3077>. Acesso em 26 ago. 2021.

LEIA JÁ. **84% dos eleitores de Bolsonaro acreditaram no "Kit Gay"**. 2018. Disponível em: <https://www.leiaja.com/politica/2018/11/02/84-dos-eleitores-de-bolsonaro-acreditaram-no-kit-gay/>. Acesso em: 16 set. 2021.

MAGALHÃES, Mário. **"FAKE NEWS" JÁ INFLUENCIAVAM ELEIÇÕES BRASILEIRAS EM 1945**. 2018. Disponível em: <https://theintercept.com/2018/02/07/fake-news-ja-influenciava-eleicoes-brasileiras-desde-1945/>. Acesso em: 07 abr. 2021.

MAGRANI, Eduardo; OLIVEIRA, Renan Medeiros de. **A esfera pública (forjada) na era das fake news e dos filtros-bolha**. In: MAGRANI, Eduardo. **Fake news e as eleições 2018**. Cadernos Adenauer, Rio de Janeiro, v. 4, n. XIX, p. 09-34, dez. 2018.

MAZUI, Guilherme. **Jair Bolsonaro é eleito presidente com 57,8 milhões de votos**. 2018. Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/eleicoes/2018/apuracao/presidente.ghtml>. Acesso em: 14 set. 2021.

MORAES, Alexandre de. **OS ARTIGOS DIREITO PENAL PROCESSO PENAL DIREITO E PROCESSO DO TRABALHO**. 2020. Disponível em: <https://meusitejuridico.editorajuspodivm.com.br/2020/04/14/democracia-e-liberdade-de-expressao/>. Acesso em: 06 set. 2021.

MORAIS, Jose Luis Bolzan de; FESTUGATTO, Adriana Martins Ferreira. **A DEMOCRACIA DESINFORMADA: eleições e fake news**. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2021. 128 p.

OLIVEIRA, Igor Bruno Silva de. **Os limites da propaganda eleitoral negativa e o discurso de ódio**. In: PEREIRA, Rodolfo Viana (Org.). **Direitos políticos, liberdade de expressão e discurso de ódio**. Volume I. Belo Horizonte: IDDE, 2018. p. 59-75. ISBN 978-85-67134-05-5. Disponível em: <http://bibliotecadigital.tse.jus.br/xmlui/handle/bdtse/4443>. Acesso em 14 set. 2021

OLIVEIRA, Márcio. **Desafios do processo eleitoral: há mecanismos para conter as fake news?** Novo Eleitoral. [s.l.]. jan. 2018. Disponível em: <http://novo eleitoral.com/index.php/justicaeleitoral/1108-fakenews>>. Acesso em: 31 maio 2019.

PINTO, Emmanuel Roberto Girão de Castro. **ASPECTOS JURÍDICOS DA PROPAGANDA ELEITORAL NA INTERNET**. Paraná Eleitoral, Curitiba, n. 73, p. 57-76, abr. 2010. Disponível em: http://tmp.mpce.mp.br/orgaos/CAOPEL/artigos/aspectos_juridicos_propaganda_eleitoral.pdf. Acesso em: 14 ago. 2021.

POGLIESE, Marcelo Weick; AIETA, Vania Siciliano. **Robôs, perfis falsos e propaganda eleitoral suja**. Justiça & Cidadania, Rio de Janeiro, n. 252, p. 34-36, ago. 2021. Disponível em: https://editorajc.com.br/wp-content/uploads/2021/08/REVISTA-252_.pdf. Acesso em: 17 ago. 2021.

PORCELLO, Flávio; BRITES, Francielly. **Verdade x Mentira: A ameaça das fake news nas eleições de 2018 no Brasil**. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 41., 2018, Joinville. Disponível em: <http://portalintercom.org.br/anais/nacional2018/resumos/R13-0364-1.pdf>>. Acesso em: 09 abr. 2021.

REIS, Thiago. G1. **Dilma superou votação de Aécio às 19h32; veja gráfico**. 2014. Disponível em: <http://g1.globo.com/politica/eleicoes/2014/blog/eleicao-em-numeros/post/dilma-superou-votacao-de-aecio-19h32-veja-grafico.html>. Acesso em: 25 ago. 2021.

REZENDE, Milka de Oliveira. **Sufrágio universal**; Brasil Escola. Disponível em: <https://brasilecola.uol.com.br/sociologia/sufragio-universal.htm>. Acesso em 31 jul. 2021.

RODOTÁ, Stefano. **A vida na sociedade de vigilância – a privacidade hoje**. Rio de Janeiro: Renovar, 2008.

ROIZ, Diogo da Silva. **Uma “era de pós-verdade”, ou a invenção de um novo inventário de mentiras? Os desafios da educação, a fragilidade dos direitos humanos e a manipulação política: estudos introdutórios**. In: ROIZ, Diogo da Silva; GOMES, Geovane Ferreira; SANTANA, Isael José (org.). *A (pós-)verdade em uma época de mutações civilizacionais*. Serra: Milfontes, 2018.

ROUSSEAU, Jean-Jacques. **Do contrato social**. Porto Alegre: L&PM, 2011.

SANTOS, Flávia Alcassa dos. **Como identificar e evitar uma fake news**. 2020. Disponível em: <https://www.migalhas.com.br/depeso/330556/como-identificar-e-evitar-uma-fake-news>. Acesso em: 08 abr. 2021.

SCHULTZ, Adriane. **É #FAKE imagem que mostra Flávio Bolsonaro com camiseta com ofensas a nordestinos**. 2018. Disponível em: <https://g1.globo.com/fato-ou-fake/noticia/2018/10/05/e-fake-imagem-que-mostra-flavio-bolsonaro-com-camiseta-com-ofensas-a-nordestinos.ghtml>. Acesso em: 14 set. 2021.

SEMINÁRIO INTERNACIONAL FAKE NEWS E ELEIÇÕES, 2019, Brasília. Anais [...]. Brasília: Tribunal Superior Eleitoral, 2019. 152 p. Disponível em: https://bibliotecadigital.tse.jus.br/xmlui/bitstream/handle/bdtse/5981/2019_seminario_fake_news_eleicoes.pdf?sequence=8&isAllowed=y. Acesso em 27 ago. 2021.

SILVA, José Afonso. **Curso de Direito Constitucional Positivo**, Malheiros Editores, 24ª edição, 2005, São Paulo-SP, p. 369.

SILVA, Luciano Timoteo da; JUNIOR, Achiles Batista Ferreira. **Marketing político e sua importância através das mídias sociais**. Revista Temática, UFPB, v. 9, n. 8, ago. 2013. Disponível em: <https://periodicos.ufpb.br/ojs2/index.php/tematica/article/view/21645/11972>. Acesso em: 18 ago. 2021.

SILVA, Victor Hugo. **As polêmicas do PL das fake news, que deve se arrastar no Congresso**. 2020. Disponível em: <https://nic.br/noticia/na-midia/as-polemicas-do-pl-das-fake-news-que-deve-se-arrastar-no-congresso/>. Acesso em: 08 abr. 2021.

SOUZA, Kennedy Anderson Cupertino de; TESSAROLO, Felipe Maciel; SALLES, Marilene Mattos. **Características jornalísticas nos sites Fake news: Uma análise das notícias falsas no caso “La Bête” – Artista nu no MAN São Paulo**. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 41., 2018, Joinville. Disponível em: < 55 <http://portalintercom.org.br/anais/sudeste2018/resumos/R63-0320-1.pdf>>. Acesso em: 08 abr 2021

TAVARES, André Ramos. **Curso de Direito Constitucional**. 10. ed. São Paulo: Saraiva, 2012. 1427 p.

TIINSIDE. **Projeto que cria a Lei das Fake news recebe várias críticas.** 2020. Disponível em: <https://tiinside.com.br/01/06/2020/projeto-que-cria-a-lei-das-fake-news-recebe-varias-criticas/>. Acesso em: 08 abr. 2021.

TOFFOLI, José Antonio Dias. **Fake news, desinformação e liberdade de expressão.** Interesse Nacional, São Paulo, ano 12, n. 46, p. 9-18, jul./set. 2019. Disponível em: <http://bibliotecadigital.tse.jus.br/xmlui/handle/bdtse/7624>. Acesso 30 ago. 2021-09-19

TOFFOLI, José Antonio Dias. **O uso das redes sociais nas eleições e nos processos eleitorais: o sistema brasileiro.** Justiça & Cidadania, Rio de Janeiro, n. 188, p. 24-27, 23 abr. 2016. Disponível em: https://editorajc.com.br/wp-content/uploads/2016/04/PDF_SITE.pdf. Acesso em: 30 jun. 2021.

TÔRRES, Fernanda Carolina. **O direito fundamental à liberdade de expressão e sua extensão.** Revista de Informação Legislativa, Brasília, v. 50, n. 200, p. 61-80, out. 2013. Trimestral. Disponível em: <http://www2.senado.leg.br/bdsf/handle/id/502937>. Acesso em: 31 ago. 2021.

TSE. **Concluída a totalização de votos do 1º turno das Eleições 2018.** 2018. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/imprensa/noticias-tse/2018/Outubro/concluida-totalizacao-de-votos-do-1o-turno-das-eleicoes-2018>. Acesso em: 14 set. 2021.

TSE. **Conheça a atuação do TSE no enfrentamento da desinformação.** 2020. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/imprensa/noticias-tse/2020/Agosto/conheca-a-atuacao-do-tse-no-enfrentamento-da-desinformacao>. Acesso em: 14 set. 2021.

TSE. **FBI expõe ao TSE sua experiência no combate às fake news.** 2018. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/imprensa/noticias-tse/2018/Marco/fbi-expoe-ao-tse-sua-experiencia-no-combate-as-fake-news>. Acesso em: 14 set. 2021.

TSE. **Parceria entre Justiça Eleitoral e agências de checagem de fatos evitou disseminação de notícias falsas no 2º turno das eleições.** 2018. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/imprensa/noticias-tse/2018/Outubro/parceria-entre-justica-eleitoral-e-agencias-de-checagem-de-fatos-evitou-disseminacao-de-noticias-falsas-no-segundo-turno-das-eleicoes>. Acesso em: 16 set. 2021.

TSE. **TSE lança coalizão de checagem de informações para as Eleições 2020.** 2020. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/imprensa/noticias-tse/2020/Outubro/tse-lanca-coalizao-de-checagem-de-informacoes-para-as-eleicoes-2020>. Acesso em: 16 set. 2021.

VIEIRA, Romildo Santos. **FAKE NEWS E OS LIMITES DA LIBERDADE DE EXPRESSÃO: DESAFIOS DO CONTROLE E CENSURA NO PROCESSO ELEITORAL BRASILEIRO.** 2021. 80 f. TCC Graduação - Curso de Direito, Centro Universitário Unirb – Alagoinhas, Alagoinhas – Ba, 2021.

VIVA, MARCUS CLÁUDIO ACQUA; APUD. FERREIRA FILHO, MANOEL G. ET. ALLI. **In Textos Básicos sobre Derechos Humanos**. Madrid. Universidad Complutense, 1973. APUD. FERREIRA Filho, Manoel G. et. alli. **Liberdades Públicas** São Paulo, Ed. Saraiva, 1978.

WARDLE, Claire; DERAKHSHAN, Hossein. **INFORMATION DISORDER : Toward an interdisciplinary framework for research and policy making**. 2017. Disponível em:

https://edoc.coe.int/en/module/ec_addformat/download?cle=5905aa3361a00b7d9356fa6cf222396d&k=971a75c222ab3a25a02ce04f138b7e22. Acesso em: 16 abr. 2021.