

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
CENTRO DE CIÊNCIAS JURÍDICAS E ECONÔMICAS
FACULDADE NACIONAL DE DIREITO**

**O COMBATE ÀS FAKE NEWS NO ÂMBITO DA CAMPANHA ELEITORAL PELA
INTERNET:
UMA ANÁLISE A PARTIR DO JULGAMENTO DAS AIJES 0601968-80 e 0601771-28
PELO TSE**

MARLON DOUGLAS CARVALHO RANGEL

Rio de Janeiro

2022

MARLON DOUGLAS CARVALHO RANGEL

**O COMBATE ÀS FAKE NEWS NO ÂMBITO DA CAMPANHA ELEITORAL PELA
INTERNET:
UMA ANÁLISE A PARTIR DO JULGAMENTO DAS AIJES 0601968-80 e 0601771-28
PELO TSE**

Monografia de final de curso, elaborada no âmbito da graduação em Direito da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como pré-requisito para obtenção de grau de Bacharel em Direito, sob a orientação do **Professor Dr. Daniel Capecchi Nunes**.

Rio de Janeiro

2022

CIP - Catalogação na Publicação

R349c Rangel, Marlon Douglas Carvalho
O combate às fake news no âmbito da campanha eleitoral pela internet: uma análise a partir do julgamento das AIJEs 0601968-80 e 0601771-28 pelo TSE / Marlon Douglas Carvalho Rangel. -- Rio de Janeiro, 2022.
66 f.

Orientador: Daniel Capecchi Nunes.
Trabalho de conclusão de curso (graduação) - Universidade Federal do Rio de Janeiro, Faculdade Nacional de Direito, Bacharel em Direito, 2022.

1. Fake news . 2. Propaganda eleitoral. 3. Impulsioneamento de mensagens por WhatsApp. 4. AIJEs 0601968-80 e 0601771-28 . 5. Tribunal Superior Eleitoral . I. Nunes, Daniel Capecchi, orient. II. Título.

Elaborado pelo Sistema de Geração Automática da UFRJ com os dados fornecidos pelo(a) autor(a), sob a responsabilidade de Miguel Romeu Amorim Neto - CRB-7/6283.

MARLON DOUGLAS CARVALHO RANGEL

**O COMBATE ÀS FAKE NEWS NO ÂMBITO DA CAMPANHA ELEITORAL PELA
INTERNET:
UMA ANÁLISE A PARTIR DO JULGAMENTO DAS AIJES 0601968-80 e 0601771-28
PELO TSE**

Monografia de final de curso, elaborada no âmbito da graduação em Direito da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como pré-requisito para obtenção de grau de Bacharel em Direito, sob a orientação do **Professor Dr. Daniel Capecchi Nunes**.

Banca Examinadora:

Membro da Banca

Membro da Banca

Rio de Janeiro

2022

AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar, agradeço a Deus por ter me guiado e me protegido durante todo esse tempo. Por ter ouvido minhas orações e me auxiliado nos momentos em que a fé me foi essencial.

Além disso, é preciso dizer que chegar nesta etapa só foi possível em razão de um esforço conjunto de uma série de pessoas. Sou fruto de um esforço mútuo de uma família que sempre acreditou na educação como ferramenta de transformação social.

E é por isso que agradeço ao meu querido pai, Douglas, por todo esforço inesgotável e por sempre acreditar que eu conseguiria. Foram muitos dias de trabalho árduo, ao sol, para que eu pudesse chegar até aqui. Também agradeço à minha amada mãe, Andresa, por ter me incentivado incondicionalmente em todos os momentos e dado todo o suporte necessário para que eu pudesse estudar. Agradeço à minha querida irmã, Kamilly, que me motiva a ser uma pessoa melhor a cada dia. Nada disso seria possível sem vocês. Minha gratidão será eterna!

Agradeço à minha namorada, Amanda, companheira de todas as horas, que acompanhou de perto todo o esforço para a elaboração do presente trabalho, sempre me motivando e me mostrando a importância da resiliência. Obrigado, meu amor!

Agradeço, ainda, a todos os meus amigos e amigas, que tornaram esses cinco anos de graduação muito mais felizes e completos. Tenho muito orgulho de cada um e de tudo que estão construindo. Vocês sabem quem são.

Por fim, agradeço à Faculdade Nacional de Direito por ter mudado a minha vida, em todos os sentidos, e me propiciado, além de um ofício, a possibilidade de ser uma pessoa um pouco melhor.

RESUMO

As *fake news*, com o avanço da tecnologia, ganharam notoriedade por influenciar disputas políticas importantes. No presente trabalho, busca-se conceituar as *fake news* e dissociá-las de outras notícias equivocadas. Na sequência, de modo mais prático, será analisado como a desinformação em massa foi utilizada na campanha eleitoral brasileira em 2018, considerada um marco para as *fake news* no Brasil. Diante disso, será observado o posicionamento do Tribunal Superior Eleitoral no julgamento das AIJEs 0601968-80 e 601771-28, no qual a temática do impulsionamento de mensagens foi enfrentada pela Corte.

Palavras-chave: *Fake news*; Campanha eleitoral; Impulsionamento de mensagens; Eleições; TSE.

ABSTRACT

With the advance of technology, fake news has gained notoriety for influencing important political disputes. In this paper, we seek to conceptualize fake news and dissociate them from other erroneous news. Next, in a more practical way, it will be analyzed how mass disinformation was used in the Brazilian electoral campaign in 2018, considered a milestone for fake news in Brazil. In light of this, the positioning of the Superior Electoral Court in the judgment of AIJEs 0601968-80 and 601771-28 will be observed, in which the theme of message boosting was faced by the Court.

Keywords: *Fake news*; Electoral campaign; Message boosting; *TSE*.

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

AIJE	Ação de Investigação Judicial Eleitoral
CRFB/88	Constituição Federal de 1988
CPP	Código de Processo Penal
LC	Lei Complementar
PT	Partido dos Trabalhadores
PCdoB	Partido Comunista do Brasil
PROS	Partido Republicano da Ordem Social
PF	Polícia Federal
TSE	Tribunal Superior Eleitoral
STF	Supremo Tribunal Federal
URL	Uniform Resource Locator

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	10
1. AS FAKE NEWS.....	14
1.1. Introdução	14
1.2. Mas afinal, o que são <i>fake news</i> ? A multiplicidade conceitual	16
1.3. A origem das <i>fake news</i>	19
1.3. Toda matéria jornalística equivocada ou manipulada é uma <i>fake news</i> ? A importância de não generalizar	22
2. FAKE NEWS NAS ELEIÇÕES BRASILEIRAS DE 2018.....	31
2.1. Breve síntese	31
2.2. O processo eleitoral brasileiro	31
2.3. A regulação e campanha eleitoral na internet	34
2.4. As eleições de 2018 no Brasil: o início da discussão sobre disparos de mensagens em massa.....	40
3. ESTUDO DE CASO: A POSIÇÃO DO TSE NO JULGAMENTO DAS AIJES 0601968-80 E 0601771-28.....	43
3.1. O que é uma AIJE?	43
3.2. Breve síntese das AIJES 0601968-80 e 0601771-28	44
3.2. Da análise da decisão do TSE no julgamento das AIJES.....	45
CONCLUSÃO.....	60
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	62

INTRODUÇÃO

No Brasil, o direito ao voto é uma conquista histórica fundamental que prestigia a soberania popular no processo de escolha dos rumos do país. Esse direito passou por diversas transformações, restrições e ampliações ao longo dos anos, sendo certo que se trata de um direito dinâmico e atrelado diretamente ao contexto político de cada época.

Vera Chaia traz um breve resumo dessa história em seu artigo “*A longa conquista do voto na história política brasileira*”¹. Com a proclamação da Independência do Brasil em 1822, por exemplo, houve grande controle de todo processo eleitoral. Foi um período marcado por corrupção, influência desmedida nos resultados e diversos episódios de fraude eleitoral. Apenas indivíduos do sexo masculino, que possuíam idade acima de 25 anos e uma renda anual superior a 100 mil réis eram tidos como eleitores.

Em 1881, a Lei do Censo foi promulgada pelo Império. Essa lei tornou as eleições diretas, mas, apesar disso, restringiu ainda mais os legitimados para exercer o direito ao voto. Passou-se a exigir o dobro da renda líquida até então exigida. O argumento central utilizado contra a universalização do voto tinha como cerne o suposto desinteresse das massas em resolver as grandes questões brasileiras, duvidando-se, na prática, da capacidade do povo para votar.

Com a Proclamação da República, ocorrida em 1889, a participação popular não aumentou significativamente, embora tenha se extinguido a restrição do voto pela renda. Mulheres, mendigos, praças (militares) e religiosos em comunidade claustral eram impedidos de votar. Aqui, a explicação era de que analfabetos e mulheres seriam influenciáveis e, por isso, não gozariam de opinião política legítima.

Um ponto importante é que, durante o período denominado como República Velha, as fraudes eleitorais eram incontáveis, havendo relatos de diversos métodos para manipular e deturpar a liberdade do voto popular. Diferente do período imperial pós-independência, em que o voto era público, na República da política do café com leite o voto passa a ser secreto. No entanto, as células utilizadas nas eleições eram diferentes para cada candidato, o que facilitava

¹ CHAIA, Vera. A longa conquista do voto na história política brasileira. Fundação São Paulo mantenedora da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. Disponível em <https://www5.pucsp.br/fundasp/textos/2010/texto_01_11_10.html> Acesso em 27 de abr. 2022.

o controle da votação e, conseqüentemente, o voto de cabresto. Além disso, eram comuns escândalos envolvendo fraude na própria apuração dos votos. Em suma, o poder local influenciava negativamente no processo eleitoral de modo a obter vantagem própria, utilizando, para isso, artifícios totalmente antidemocráticos.

Após a Revolução de 1930 e a elaboração do Código Eleitoral de 1932, as mulheres finalmente conquistaram o direito ao voto, embora esse direito se restringisse àquelas que exercessem o labor fora de casa. As mulheres donas de casa, os mendigos, os analfabetos e alguns outros setores da sociedade civil permaneciam sem o direito de votar.

Com o advento do Estado Novo, todos os direitos políticos foram extintos, o que minou a participação popular no processo político brasileiro. Novamente, o argumento era de que a população não possuía maturidade e capacidade suficientes.

Com a queda de Getúlio Vargas e o fim do Estado Novo, ocorreram algumas alterações no tocante aos direitos políticos, mas os analfabetos, que representavam cerca de 50% da população com mais de 18 anos durante esse período, permaneciam sem participar das eleições. Em 1962, João Goulart instituiu a cédula oficial, visando melhorar e moralizar o controle de todo o processo eleitoral, embora as compras de voto e as intimidações de eleitores ainda fossem comuns.

Em 1964, em razão de um golpe civil-militar, a participação política do povo voltou a ser limitada, na medida em que o direito ao voto foi retirado do cidadão brasileiro. Durante a ditadura, o Congresso Nacional foi fechado, havendo a extinção de partidos políticos, prisões políticas, perseguições ao pensamento contra-hegemônico e reformas no sistema partidário nacional, prevalecendo o bipartidarismo.

Finalmente, após esse longo período de conturbações, retirada de direitos, violência e aversão à participação popular na construção da política brasileira por parte dos militares governistas, ocorre a redemocratização do país, com eleições diretas, extensão do direito ao voto aos analfabetos e outras medidas positivas do ponto de vista da legislação eleitoral.

Esse breve relato histórico mostra que o direito ao voto sempre foi um direito sensível, de modo que a depender do poder dominante em determinado período histórico, sua supressão

era clara e até mesmo parte do projeto político que buscava ser instituído. Do mesmo modo, fica evidente que a grande massa, em diversos momentos, teve a sua capacidade de exercer o direito de votar questionada e até mesmo discriminada, o que serviu como argumento para suprimir a participação política de trabalhadores. Não obstante, as tentativas de desviar a finalidade do voto, comprá-lo e controlar a vontade de população eram comuns, notadamente no período denominado como República Velha.

Com a globalização e a popularização de novas tecnologias, novas formas de convencer o eleitor passaram a ser utilizadas. Grupos hegemônicos passam a impor sua influência com novos métodos, com especial ênfase ao mundo virtual. Nesse contexto, a propaganda eleitoral passa a ter forte expressão nas redes sociais, incluindo aplicativos de mensagens. Contudo, a propaganda político-eleitoral pela internet passa a ser utilizada de maneira abusiva, com o objetivo de criar narrativas falsas e confundir o eleitorado com a divulgação de *fake news*.

É justamente sobre esse prisma que o presente estudo se concentra. Partindo do ponto que o direito à liberdade de votar deve ser plenamente assegurado pelas instituições republicanas, a presente monografia buscará compreender, a partir dos desdobramentos das eleições brasileiras de 2018, a posição do Tribunal Superior Eleitoral nas AIJEs 0601968-80 e 601771-28 e suas nuances frente aos disparos de mensagens em massa no *WhatsApp*.

No capítulo 1, buscaremos estudar especificamente o fenômeno das *fake news*. O objetivo é entender o conceito dessa desinformação, sua origem e a distinção entre *fake news* e notícias equivocadas, algo que é comumente colocado no mesmo patamar semântico nos dias atuais.

Já no capítulo 2, o estudo se concentra nas eleições de 2018 e nos fatos que jogaram luz às táticas eleitoreiras associadas à desinformação na internet, mostrando como empresas de *marketing*, empresários e políticos se beneficiaram com as *fake news*. Além disso, a legislação que tutela a campanha eleitoral será analisada de acordo com suas atualizações, bem como será estudado o emprego dos aplicativos de mensagens instantâneas na difusão de *fake news*.

Ao fim, o capítulo 3 trará uma análise detida do voto relator Luis Felipe Salomão, que foi seguido por seus pares no julgamento das AIJEs 0601968-80 e 601771-28. Esse julgamento demonstra que a Corte especializada, apesar de encontrar obstáculos de ordem prática para

apuração dos ilícitos, buscou se comprometer com a garantia do Estado Democrático de Direito e com a lisura do processo eleitoral.

1. AS FAKE NEWS

1.1. Introdução

As chamadas *fake news* não são uma novidade no cenário mundial, mas ganharam especial relevância com a popularização da internet e das redes sociais, que facilitam não só sua criação, mas também a disseminação em massa. Conforme será tratado mais adiante, o referendo do *Brexit*, no Reino Unido, e a disputa eleitoral entre Donald Trump e Hillary Clinton nas eleições de 2016 para a presidência dos Estados Unidos são considerados dois marcos históricos importantes para se pensar a problemática da desinformação em disputas políticas. A potencialização desse instrumento de influência tornou-se evidente, atraindo o holofote de pesquisadores de todo o mundo em busca de compreender de maneira mais precisa a amplitude e as nuances desse fenômeno, que é mundial. A utilização das *fake news*, sobretudo no processo eleitoral, passa a ter frequência, rapidez, escala e proporções jamais antes vistas.

Embora a conceituação das *fake news* pareça tarefa simples e até mesmo objetiva, fato é que até mesmo esse aspecto vem sendo objeto de distorção semântica pelos propagadores da desinformação. É comum, por exemplo, que visando legitimar um discurso manifestamente falso – mas propagado como verdade para um público alvo específico – determinados políticos ataquem a imprensa deliberadamente, arguindo que as informações que lhes são desfavoráveis são *fake news*. Ou seja, além da criação e da disseminação da desinformação, há um movimento pensado para descredibilizar a chamada grande mídia e o jornalismo profissional. Com isso, afastando a autoridade jornalística e colocando em xeque toda e qualquer informação noticiada pelos meios de comunicação tradicionais, abre-se caminho para a construção da chamada pós-verdade, que se retroalimenta da desinformação.

O Presidente do Brasil, Jair Messias Bolsonaro, disse, em fevereiro de 2021, que “veículos de imprensa são fábricas de *fake news*”², referindo-se à imprensa tradicional. O ex-Presidente dos Estados Unidos, Donald Trump, é um outro exemplo do que foi mencionado.

² Bolsonaro diz que veículos de imprensa “são fábricas de fake news”. Poder 360, 15 fev. 2021. Disponível em <<https://www.poder360.com.br/governo/bolsonaro-diz-que-veiculos-de-imprensa-sao-fabricas-de-fake-news/>>. Acesso em 17 de mai. 2022.

Trump denomina o jornal *The New York Times* e a emissora mais popular do Estados Unidos, CNN, como *fake news media* (mídia de notícias falsas, em português), buscando justamente desprestigiar esses meios de comunicação. Passa-se a ter a mídia, intitulada como “grande mídia”, como um dos alvos essenciais para que se possa fortalecer a rede de notícias falsas:

O conceito fake news tornou-se um componente importante nas lutas políticas contemporâneas e passou a ser utilizado por diferentes posições dentro do espaço social como meio de desacreditar, atacar e deslegitimar adversários políticos. (FARKAS; SCHOU, 2016, online).

Dentre os tipos de *fake news* e suas variações, há especial interesse nas *fake news* eleitorais no presente estudo, tendo em vista que estas são utilizadas como método de obtenção de voto e comprometem a liberdade direito de votar, que é tão crucial para o fortalecimento da democracia. Mais do que a invenção de uma notícia falsa, há um verdadeiro mecanismo de desenvolvimento e propagação dessa pseudo-informação para fins estritamente eleitorais. Lucas Fucci Amato, Diana Tognini Saba e Marco Antonio Loschiavo Leme de Barros esclarecem (2021, pg. 43):

Não se trata meramente do uso da mentira e de boatos no processo eleitoral mas de uma nova estrutura social configurada pela emergência de tecnologia que permitem a produção e a disseminação descentralizada e massiva de desinformação, sem os controles comuns aos meios de comunicação de massa tradicionais do século XX (como empresas de rádio e televisão, objeto de concessão estatal) e, igualmente, sem fácil identificação e responsabilização individualizada de uma multidão de envolvidos no impulsionamento dessas notícias. (...)

Os guardiões da informação são desacreditados – a imprensa é vista como parcial, como amiga ou inimiga do governo ou da oposição. Uma multidão de pessoas tornou-se produtora e consumidora de informações, e não há uma posição final de observação de segunda ordem que possa atestar com segurança a verdade ou a inverdade das notícias (mesmo as agências de *fact-checking* são colocadas sob as mesmas suspeitas de parcialidade que atingem os meios tradicionais de comunicação de massa).

Segundo pesquisa realizada pelo *Idea Big Data* e divulgada durante o *Brazil UK Forum*, dois a cada três brasileiros confirmam ter recebido notícias falsas pelo *WhatsApp* durante o período eleitoral brasileiro de 2018³. Esse dado é fundamental para que se compreenda a complexidade e a amplitude desse tema, ficando claro que o combate à desinformação é um

³ CAMPOS, Patrícia Mello. 2 em cada 3 receberam *fake news* nas últimas eleições. Folha, São Paulo, 19 mai. 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: 26 mai. 2022.

grande desafio para os tribunais eleitorais e para toda a sociedade civil, valendo frisar que os provedores de conteúdo lucram expressivamente com a circulação dessas notícias, na medida em que os acessos e visualizações aumentam.

Dessa forma, com a credibilidade dos meios tradicionais de comunicação abalada, a mensagem se torna mais importante que o emissor, o que acaba por criar uma guerra de narrativas que é nociva para a plenitude do direito de votar. Nessa disputa, os grupos que possuem maior poder econômico se destacam, já que podem financiar campanhas e o emprego de disparos em massa, que são retroalimentadas pelos algoritmos das redes. Essa combinação cria uma espécie de realidade virtual paralela que, imunes às notícias verídicas, fortalece o que se entende como pós-verdade, colocando em xeque a razão, a ciência e todo argumento que possa ser considerado ameaça ao pensamento hegemônico de determinado grupo.

Assim, tendo em vista que o conceito de *fake news* é variável e, ainda, que se trata de um dos pilares do presente estudo, é fundamental estabelecermos um ponto de partida para evitar eventuais incongruências semânticas acerca do tema tratado, delimitando-o conceitualmente. Diante disso, conceitos diversos de *fake news* serão trabalhados na sequência, oportunidade na qual entenderemos a distinção entre as diferentes fontes de desinformação.

1.2. Mas afinal, o que são *fake news*? A multiplicidade conceitual

É muito provável que ao indagar uma pessoa qualquer sobre o que significa *fake news*, a resposta seja rápida e com baixíssima margem para imprecisões. Afinal, a tradução literal do termo nos leva a crer que qualquer notícia falsa se enquadraria na conceituação das *fake news*. Uma manchete feita com informações imprecisas e/ou equivocadas, uma notícia de ampla repercussão que desagrade um determinado grupo político, uma sátira envolvendo uma figura pública, uma mensagem enviada por aplicativo com algum dado manifestamente inventado. Isso tudo pode ser considerado *fake news*? Ou melhor, todas essas situações mencionadas nos interessam para fins de análise dos impactos no processo eleitoral brasileiro e a atuação do Tribunal Superior Eleitoral nas AIJEs 0601968-80 e 0601771-28? Afinal, o que são *fake news*?

Diante da complexidade do assunto e do aumento de pesquisas a respeito nos últimos anos, fato é que a conceituação das *fake news* não é pacífica. Para Diogo Rais⁴, a *fake news* “não é uma piada, uma obra de ficção ou uma peça lúdica, mas sim uma mentira revestida de artifícios que lhe conferem aparência de verdade”.

Já Axel Gelfert⁵ entende que uma das características essenciais da *fake news* seria a sua concepção, tendo em vista que as notícias falsas o são pelo seu *design*, criadas para manipular e induzir o sistema cognitivo daquele que recebe a mensagem. O autor sustenta, por exemplo, que uma notícia de grande circulação, mesmo que eivada de falsidade, só pode ser considerada como *fake news* após a sua concepção ser investigada. O cerne da problemática, que difere as *fake news* de outras notícias falsas, estaria diretamente associado à maneira pela qual o conteúdo propagado seria selecionado e propagado. O foco, portanto, está na construção intencional da notícia falsa. O autor defende, ainda, que o que torna as notícias falsas um fenômeno contemporâneo são as características associadas à sua criação e os canais pelos quais lhe é assegurada a proliferação, manipulando preconceitos cognitivos.

Claire Wardley (2018), compreendeu a problemáticas das *fake news* categorizando esse tipo de notícia. A professora entende que esse fenômeno possui diversas espécies de desinformação, como: i) sátira (ou paródia), ii) falsa conexão; iii) conteúdo enganoso; iv) falso contexto; v) conteúdo impostor; vi) conteúdo manipulado e vii) conteúdo fabricado.

Nesse viés, a sátira (ou paródia) não tem como condão enganar, mas pode fazê-lo. A falsa conexão ocorre quando a chamada da notícia, também conhecida como manchete, não diz respeito ao conteúdo da informação. O conteúdo enganoso consistiria no uso mentiroso de determinada informação para difamar outro conteúdo ou até mesmo outras pessoas. O falso contexto decorre da publicação de um conteúdo teoricamente original, mas em um contexto totalmente diferente do qual foi criado. Além disso, o conteúdo impostor é aquele pelo qual uma informação mentirosa é transmitida a partir do nome de uma pessoa ou marca, a fim de atribuir autoridade ao que está sendo dito. Já o conteúdo manipulado é verdadeiro, mas manipulado para distorcer determinados pontos e enganar o receptor da informação. Por fim, o

⁴ RAIS, Diogo. O que é Fake News. Mackenzie, São Paulo, 13 abr. 2017. Disponível em: <<http://portal.mackenzie.br/fakenews/noticias/arquivo/artigo/o-que-e-fake-news/>>. Acesso em: 26 abri. 2022.

⁵ GELFERT, Axel. *Fake News: a definition. Informal Logic*, Windsor, v. 38, n. 1, 2018, p. 84-117.

conteúdo fabricado consiste na elaboração de uma informação totalmente falsa, construída para disseminar uma inverdade e de má-fé, visando atingir alguém.

Paulo Brasil Menezes, em seu livro “*Fake news, modernidade, metodologia e regulação*”⁶, desenvolve alguns conceitos sobre as chamadas *fake news*. Em sua concepção simples, entende o autor que as *fake news* podem ser entendidas como atos informais nos quais as notícias, sem o devido controle ou sem o respectivo teste de veracidade, são disseminadas perante a sociedade. É, portanto, um conceito mais amplo e superficial. Ao tratar da concepção qualificada das *fake news*, o jurista salienta que há dois aspectos novos influentes: o juízo de valor sobre determinado tema como consequência da notícia falsa e a possibilidade desses temas influenciarem as decisões das pessoas. Aqui, as *fake news* não se limitam a disseminação de fatos genéricos e comuns do cotidiano, mas passam a ser utilizadas como ferramenta de convencimento. Nas palavras do autor: “de teórica capacidade informativa, passa a ser uma concreta potencialidade desinformativa”⁷.

Otávio Frias Filho trilha um caminho conceitual relativamente semelhante, defendendo a ideia, em seu artigo “*O que é falso sobre fake news*”⁸, de que o “termo *fake news* deveria ser compreendido como toda informação que, sendo de modo comprovável falsa, seja capaz de prejudicar terceiros e tenha sido forjada e/ou posta em circulação por negligência ou má-fé, neste caso, com vistas ao lucro fácil ou à manipulação política”.

Já Renata Ribeiro Baptista e Julio Cesar de Aguiar, no artigo “*Fake news, eleições e comportamento*”, entendem que a definição de *fake news* adequada para fins de estudos associados ao processo eleitoral deve incluir toda e qualquer forma de informação falsa travestida de informação verdadeira com objetivo de confundir ou enganar àqueles que recebem a mensagem, os destinatários, com exceção das sátiras⁹.

⁶ MENEZES, Paulo Brasil. *Fake news: modernidade, metodologia e regulação*. 2. Ed. São Paulo. Editora Juspodivm, 2021, p. 103.

⁷ MENEZES, Paulo Brasil. *Fake news: modernidade, metodologia e regulação*. 2. Ed. São Paulo. Editora Juspodivm, 2021, p. 104.

⁸ FRIAS FILHO, O. O que é falso sobre a *Fake News*. Rev. USP. São Paulo. [S.I], [S.I], jan.fev.mar. 2018 Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/revusp/article/download/146576/140222/>. Acesso em: 26 abr. 2022.

⁹ BAPTISTA, Renata Ribeiro, AGUIAR, Júlio César de. *Fake news, eleições e comportamento*. Revista Direito, Estado e Sociedade, Ahead of print, 2020. DOI: <https://doi.org/10.17808/des.0.1320>.

Torna-se claro, então, que embora o conceito de *fake news* seja difícil de ser definido de maneira objetiva ante a variação de significados, há algumas características importantes que devem ser observadas em uma notícia falsa, quais sejam: i) a elaboração da notícia falsa, ii) a má-fé por trás da elaboração da notícia falsa e iii) a disseminação da *fake news* com um propósito, ou seja, a intencionalidade que motiva a propagação primária da desinformação.

Para o presente estudo, nos filiaremos à concepção conceitual de que as *fake news* são histórias falsas que, ao manterem a aparência de notícias jornalísticas, são disseminadas pela internet (ou por outras mídias), sendo normalmente criadas para influenciar posições políticas, ou como piadas¹⁰.

1.3. A origem das *fake news*

É praticamente um consenso entre os estudiosos do tema que as *fake news* não são um produto da história recente, mas que ganharam força com a popularização da internet e a criação de um mundo digital.

Há registros de circulação de desinformação desde os séculos passados, tendo essa estratégia passado por uma verdadeira metamorfose ao longo dos anos, embora um aspecto seja praticamente invariável: a intenção, na propagação da notícia, de mobilizar determinado grupo social ou mesmo fortalecer uma estratégia política.

Na Idade Média, era comum que mentiras fossem inventadas para atacar judeus e alimentar a caça às bruxas, o que serviu como justificativa para a morte de diversos membros desses grupos (LAVARDA et al., 2016)¹¹. O antissemitismo, aliás, é historicamente alvo de diversos ataques que possuem como base informações falsas.

¹⁰ FAKE NEWS. *In*: Dicionário Cambridge. Inglaterra, Cambridge University. Disponível em <<https://dictionary.cambridge.org/us/dictionary/english/fake-news/>>. Acesso em 30 abr. 2022.

¹¹ LAVARDA, S; SANCHONETE, C; SILVEIRA, A. Quando as notícias mais compartilhadas são falsas: a circulação de boatos durante a semana do Impeachment no *Facebook*. Actas do XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, São Paulo, set. 2016, p.1-15.

Em 1921, Marc Bloch publica o “*Réflexions d’Un Historien Sur les Fausses Nouvelles de la Guerre*” (“reflexões de um historiador sobre a notícias falsas das guerras”, já criticando a disseminação de notícias falsas no contexto da Primeira Guerra Mundial.

Não obstante, três conflitos relevantes possuem suas motivações popularmente atribuídas à criação de mentiras e sua disseminação: a guerra de Cuba (1895-1898), a guerra do Vietnã (1955-1975) e, o mais conhecido, a invasão dos Estados Unidos ao Iraque, em 2003, sob o pretexto de que Saddam Hussein, uma das maiores lideranças do mundo árabe, escondia em seu país armas de destruição em massa.

Muito embora tenham sido regimes absolutamente distintos do ponto de vista ideológico, fato é que tanto os nazistas, quanto os soviéticos se utilizam da criação de notícias falsas para não só manipular a população, mas também para esconder barbaridades e diversas violações ao que hoje chamamos de Direitos Humanos.

Ou seja, no contexto político e geopolítico internacional, a propagação de desinformação se mostra um pilar na construção de narrativas, capaz de justificar e legitimar atrocidades intoleráveis. No Brasil, há um fato interessante que se assemelha fortemente com as táticas digitais de ataque às reputações de oponentes políticos. Em 1945, Hugo Borghi, aviador e influente empresário brasileiro, em apoio ao então candidato à presidência, Eurico Gaspar Dutra, financiou a distribuição de uma grande quantidade de panfletos atacando o seu adversário político, Eduardo Gomes. Os panfletos carregavam a mensagem de que Eduardo havia dito que não precisava dos votos dos marmiteiros, quando na realidade Gomes teria dito, no Teatro Municipal do Rio de Janeiro: “não necessito dos votos dessa malta de desocupados que apoia o ditador para eleger-me presidente da República”¹².

A evolução histórica do que hoje denominamos de *fake news* está, portanto, diretamente associada aos meios de comunicação mais elementares e tradicionais, como jornais, rádio e televisão, utilizados nas construções dessas narrativas. No campo do processo eleitoral, conforme relatado, além da televisão, do rádio e dos comícios, os panfletos eram comumente utilizados.

¹² PARET, Benito. Marmiteiros e *fake news*. O Globo, São Paulo, 24. Fev. 2018. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/opiniao/marmiteiros-fake-news-22427794/>>. Acesso em 30. abr. 2022.

Na história recente, há dois eventos importantes e que são comumente considerados marcos para o debate mundial sobre a interferência da disseminação de notícias falsas no debate político: o referendo do *Brexit* e a eleição presidencial nos Estados Unidos em 2016.

A possibilidade de escalar a desinformação, ou seja, de disseminar massivamente uma notícia intencionalmente falsa, é certamente um dos ingredientes mais cruciais quando tratamos das *fake news* no mundo contemporâneo, sendo impossível ignorar o contexto digital como potencializador desse problema. O processo de saída do Reino Unido da União Europeia, popularmente conhecido como *Brexit*, foi marcado por uma campanha concentrada e organizada de disseminação de notícias falsas¹³, numa tentativa clara de propagar xenofobia contra imigrantes. As redes sociais foram massivamente utilizadas para desinformar e manipular a decisão de parte da população europeia no referendo.

De modo semelhante, Donald Trump, ex-presidente dos Estados Unidos, utilizou as *fake news* para fins político-eleitorais, dando voz a uma extrema-direita adormecida. Inúmeras notícias falsas foram criadas e propagadas por Trump e seus seguidores, como por exemplo, que o México enviava estupradores para os Estados Unidos, que o Obama não era americano e que o Estado Islâmico era uma criação dos Democratas. O ex-presidente também criou narrativas farsantes para que o seu público desacreditasse o processo eleitoral estadunidense, o que gerou, após convocação de militantes trumpistas, a invasão do Capitólio, local da reunião do Congresso estadunidense. Esse evento é especialmente importante, pois mostra que os impactos da disseminação de *fake news* não se restringem à manipulação da opinião e dos sentimentos da sociedade, tendo em vista a possibilidade de manifestação física, grupal e organizada de violência física. A partir da desinformação, que abre espaço para teorias da conspiração e criação de verdadeiras seitas políticas, abre-se o caminho para eclosão de atos violentos organizados, que podem inclusive ser direcionados às instituições democráticas. Vale frisar que a base de militantes trumpistas responsáveis pelo ataque foi guiada pela *fake*

¹³ SERRANO, Luiz Roberto. *Brexit: a ilusão de uma volta aos tempos do império*. Jornal da USP, 03 fev. 2020. Disponível em < <https://jornal.usp.br/artigos/brexit-a-ilusao-de-uma-volta-aos-tempos-do-imperio/>>. Acesso em 31 abr. 2022

news de que havia fraude nas eleições, o que nunca foi provado. O evento causou cinco mortes, dezenas de feridos e centenas de presos e investigados.¹⁴

Nessa esteira, importante consignar que o meio de transmissão da informação foi um aspecto decisivo para o fortalecimento e popularização das *fake news*, sobretudo no campo político-eleitoral. Se antes uma história mentirosa era contada para justificar uma invasão ou a perseguição de determinados grupos e etnias por meio da televisão, agora passa-se a manipular diretamente os sentimentos da sociedade a partir de gatilhos emocionais maquiados por notícias que parecem genuinamente verdadeiras. Os panfletos, limitados e com baixa capilaridade para circular entre um determinado grupo de eleitores, foram substituídos por notícias falsas disparadas para milhares de pessoas todos os dias, durante vários meses, o que só foi possível com a tecnologia.

De todo modo, considerando que historicamente a falsa propaganda foi e está diretamente associada às *fake news*, torna-se importante diferenciar esses dois conceitos, que são utilizados de maneira intencionalmente equivocada e prejudicam o debate sobre a desinformação

1.3. Toda matéria jornalística equivocada ou manipulada é uma *fake news*? A importância de não generalizar

Embora se compreenda que a manipulação jornalística foi (e talvez ainda seja em alguns aspectos), durante séculos, utilizada para fins políticos, fato é que o conceito de *fake news* se sofisticou, não devendo mais ser confundido com propaganda falsa ou mesmo com eventuais imprecisões jornalísticas. Claire Wardley, conforme mencionado anteriormente, categorizou as *fake news* em diversas categorias, sendo certo que para o presente trabalho, nem todas essas categorias são necessariamente importantes. De toda forma, considerando a manipulação do próprio conceito que é feita por grupos que possuem interesse na desinformação, é fundamental dissociar de maneira precisa os limites e a diferença entre uma propaganda falsa ou enganosa e uma notícia intencionalmente criada como falsa para atingir determinados público-alvo e gerar um determinado sentimento (raiva, indignação, desconfiança etc).

¹⁴ TORTELLA, Thiago. Invasão do Capitólio completa um ano: relembre o ataque à democracia dos EUA. CNN, 06 jan. 2022. Disponível em <<https://www.cnnbrasil.com.br/internacional/invasao-ao-capitolio-completa-um-ano-relembre-o-ataque-a-democracia-dos-eua/>>.

Um dos conceitos trabalhados por Paulo Menezes Brasil é justamente a concepção ideológica das *fake news*. O autor defende¹⁵ que:

O fenômeno da desinformação para a concepção ideológica é o conjunto de fatos e notícias que não guardam relação de identidade com o que os componentes da arena política, sejam grupos políticos ou sociais, defendem, confessam ou ensinam. Em suma, as informações que não lhes aprouverem são fake news.

Em suma, tudo que é publicado ou veiculado pela mídia tradicional e desagrade determinados interesses, é chamado de *fake news*. Esse tipo de posicionamento e de afirmação, sobretudo partindo de agentes políticos, coloca em xeque a credibilidade do jornalismo profissional. Mesmo que o argumento de que uma informação desfavorável é uma *fake news* não tenha a anuência de toda a população, fato é que esse movimento constante de atacar o desagradável cria um cenário de incerteza, gerando uma sensação generalizada de dúvida sobre a veracidade do que é noticiado. A confusão gerada por essa tática confunde a sociedade ao ponto de eliminar a barreira entre a verdade e a mentira, propiciando um terreno fértil para aqueles que ganham – eleitoral e financeiramente – com a desinformação.

A partir disso, nota-se que generalizar a expressão *fake news* é o mesmo que banalizá-la, o que não só atrapalha o debate sobre a desinformação e seus malefícios à democracia, mas também o combate desse problema tão concreto na realidade política nacional e internacional.

Diante disso, é tarefa fundamental dissociar a matéria jornalística equivocada ou manipulada da *fake news*, que é criada intencionalmente como falsa, camuflando-se como um fato verdadeiro para manipular sentimentos e moldar o comportamento social em prol de uma narrativa pré-estabelecida.

Nesse sentido, Perseu Abramo, em seu livro “*Padrões de manipulação na grande imprensa*”, traz algumas nuances sobre a atuação da mídia e seu papel no tratamento da informação, o que nos ajuda a fazer a distinção apontada no parágrafo anterior. Perseu defende que há quatro padrões de manipulação estão presentes como característica geral no jornalismo brasileiro, além de um extra, associado ao telejornalismo.

¹⁵ MENEZES, Paulo Brasil. *Fake news: modernidade, metodologia e regulação*. 2. Ed. São Paulo. Editora Juspodivm, 2021, p 108.

Começando pelo *padrão de ocultação* (2016, p. 40), que é caracterizado pelo autor como o silêncio da mídia diante de determinados fatos sociais. Trata-se de um padrão que se apresenta nos bastidores, no processo que antecede a busca pela informação, justamente na seleção do que será noticiado. Se manifesta nas decisões de edição, do que será exposto, tratado, noticiado, enfim, veiculado. Decorrem desse padrão a seleção de aspectos, do fato e da descontextualização.

Após a seleção do que será ou não noticiado, surge o denominado *padrão de fragmentação*. Nesse momento, há uma fragmentação, uma excessiva particularização do conteúdo a ser tratado, ignorando-se por completo aspectos pretéritos, contextos, vínculos e diversas nuances atreladas ao acontecimento.

Na sequência, ocorre o *padrão de inversão* (2016, p. 43). Com os fatos fragmentados, particularizados e, muitas das vezes, descontextualizados, ocorre uma espécie de reorganização dessas partes. O que é mais importante pode ser tratado e noticiado como menos importante, havendo ainda eventual substituição desses fragmentos entre si, o que prejudica a realidade original do fato.

O quarto padrão é o da *indução* (2016, p. 48), que seria o resultado da combinação dos padrões mencionados até aqui, consubstanciando-se no momento em que o receptor da notícia passa a ver o mundo de uma maneira quase que irreal, fruto da manipulação. Nas palavras de Abramo¹⁶:

Submetido, ora mais, ora menos, mas sistemática e constantemente, aos demais padrões de manipulação, o leitor é induzido a ver o mundo como ele não é, mas sim como querem que ele o veja. O padrão de indução é, assim, o resultado e ao mesmo tempo o impulso final da articulação combinada de outros padrões de manipulação dos vários órgãos de comunicação com os quais ele tem contato. O padrão de indução tem a ver, como os demais, com os processos de planejamento, produção e edição do material jornalístico, mas ultrapassa esses processos e abarca, ainda, os planos de apresentação final, no parque gráfico ou nas instalações de radiodifusão, distribuição, índices de tiragem e audiência de publicidade etc. – ou seja, os planos de produção jornalística como parte da indústria cultural e do empreendimento empresarial-capitalista.

¹⁶ ABRAMO, Perseu, et al. Padrões de manipulação na grande imprensa. 2. ed. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2016, p. 49.

Por último, temos o que o autor denomina de *padrão global* ou o *padrão específico do jornalismo de televisão e rádio*. Além dos quatro padrões já narrados, o jornalismo televisivo ou transmitido pelas rádios possui uma variável extra quando o assunto é manipulação, subdividida em três momentos. O primeiro momento é o da exposição do fato, no qual se destaca o apelo emocional e o caráter mais sensacionalista da matéria. O segundo momento é o da “*sociedade fala*”, que se resume a demonstração dos envolvidos na notícia, com suas questões, reclamações, alegrias e demais exteriorizações emocionais. Ao final, teríamos o terceiro momento, que é o da “*autoridade resolve*” (2016, p. 52). Aqui, a autoridade capaz de dar uma resposta ao ocorrido (do Papa ao guarda), mencionando medidas para resolver ou contornar o fato cerne da notícia. Em geral, a autoridade se opõe ao mal e celebra o bem, tranquilizando a sociedade e desestimulando a auto-organização popular a fim de que se mantenha a autoridade, a ordem e o controle social.

Um detalhe importante de ser mencionado é que esses aspectos da manipulação não ocorrem sempre, tampouco em todas as matérias jornalísticas. Perseu Abremo nos esclarece que:

É necessário repetir que os padrões de manipulação até aqui descritos não ocorrem necessariamente em todas as matérias de todos os órgãos impressos, auditivos ou televisivos, diariamente ou periodicamente nos órgãos e programas periódicos. É possível encontrar, diariamente, um grande número de matérias em que esses processos de manipulação não existam ou existam em grau mínimo; e, também, encontrar um certo número de matérias em que as distorções da realidade são frutos de erros involuntários ou de limitações naturais à capacidade de captar e transmitir informações sobre a realidade. É possível, até, que o número de matérias em que tal ocorra seja eventualmente superior ao das em que seja possível identificar a existência de padrões de manipulação. E, finalmente, deve-se levar em conta, também, a variação da intensidade de utilização da manipulação segundo o órgão em exame ou o assunto, tema ou “editorial” de cada órgão¹⁷.

Portanto, embora a chamada manipulação jornalística possa ser uma prática comum no jornalismo brasileiro, quiçá internacional, representando uma faceta negativa do tratamento da informação pela grande imprensa, não restam dúvidas que, diferente do que é trazido pelo conceito ideológico de *fake news* pelo autor Paulo Brasil Menezes (2021, p. 107), há crucial distinção entre as *fake news* e a notícia manipulada. Diferente de todos esses aspectos mencionados acima, as *fake news* não se limitam a deturpar a realidade, já que consistem na criação de histórias manifestamente falsas e muitas das vezes inventadas integralmente do

¹⁷ ABRAMO, Perseu, et al. Padrões de manipulação na grande imprensa. 2. ed. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2016, p. 48.

nada, com objetivo de entreter ou induzir o receptor da mensagem à erro propositalmente. Trata-se de um fenômeno mais objetivo, e normalmente ligado a fins também delimitados, menos difusos que uma reportagem tendenciosa, por exemplo.

Não obstante, as matérias jornalísticas que possuem erros pontuais ou de precisão da informação também devem ser dissociadas das *fake news*. Jornalistas podem cometer erros, inclusive erros materiais na escrita, tendo a obrigação de correção pública e imediata, justamente por se tratar de um trabalho profissional, do qual se espera o mínimo de seriedade e compromisso com a verdade. É comum, por exemplo, que diante de uma reportagem publicada no calor de um acontecimento, as informações mais detalhadas sobre o fato ainda não estejam disponíveis. O responsável pela reportagem, então, atualiza sistematicamente o conteúdo da matéria produzida, esclarecendo ao final do texto as informações que foram inseridas posteriormente. São erros indesejáveis, que em alguma medida podem gerar no leitor pensamentos e sentimentos equivocados frente a realidade do fato, mas que não podem jamais ser confundidos ou colocados no mesmo patamar de uma notícia manifestamente falsa, sem qualquer conexão com a realidade. Nas palavras de Axel Gelfert (2018, p. 30-31):

Qualquer tentativa de reduzir o fenômeno das *fake news* a qualquer tipo de desconexão da realidade é problemática. A percepção de que notícias falsas são ‘Notícias que contém informações falsas ou inexatas’ é inadequada, dado que mesmo as fontes de notícias de alta qualidade cometerão o erro ocasional – ainda que um erro honesto em relação a alguns detalhes irrelevantes não a tornem a maior parte das *fake news* noticiadas. A definição do Facebook de ‘*fake news*’ como ‘notícias falsas’ não é melhor do que a de ‘*fake news*’. Com certeza, não equipara notícias falsas a relatórios que são simplificados, mas apenas a relatórios que são intencionalmente falsos, mas isto incluiria mentiras simples e pontuais, bem como, talvez mais problemáticas, falsidades menores que são o resultado inevitável de tentativas legítimas de simplificar assuntos complexos de uma forma que os torna mais acessíveis. Sugere-se que as *fake news* são falsas e não tem qualquer base factual.

Torna-se claro, então, que a generalização desses conceitos não só não é correta do ponto de vista metodológico, como também atrapalha a promoção de um debate mais sério sobre o que são as *fake news* de fato, tendo em vista que banaliza questões e conceitos absolutamente distintos, o que acaba por fortalecer justamente o discurso daqueles que ganham com toda essa confusão conceitual. Portanto, considerar toda e qualquer notícia equivocada ou manipulada como *fake news* é uma ideia reducionista, equivocada tecnicamente, o que deve ficar claro para a melhor compreensão do objeto do presente trabalho.

1.4. *Fake news*, internet e redes sociais: a tecnologia como propulsor da desinformação

Não restam dúvidas, então, que as *fake news* não são um fenômeno recente. Pelo contrário: já tiveram um peso político relevante em uma época em que a internet sequer existia ou, pelo menos, não era popularizada. Não se trata, definitivamente, de uma invenção do século XXI, sobretudo do ponto de vista político-eleitoral. Mas, então, o que torna esse fenômeno tão importante na atualidade? Por que há um esforço mundial para combater a desinformação, a partir de uma preocupação crescente com o que denominam de pós-verdade?

O dicionário de *Oxford*, em 2016, definiu o termo “pós-verdade” como a palavra do ano. Evidenciava-se, então, um processo cada vez mais intenso de relativização da verdade, da promoção de *fake news* e de uma confusão generalizada da informação, que passa a ser colocada à prova a todo tempo.

A internet, dentro desse contexto, possui papel elementar por se tratar de um propício meio de disseminação de informação. A pesquisa TIC Domicílios 2019¹⁸, realizada pelo Centro Regional para o Desenvolvimento de Estudos Sobre a Sociedade da Informação, aponta dados interessantes. No Brasil, três a cada quatro brasileiros acessam a internet. A pesquisa aponta que, em 2010, 41% da população brasileira não acessava a internet, tendo havido um crescimento médio de 3,3% daqueles que conseguem se conectar.

Outro dado importante é sobre os meios de conexão. Os *smartphones* e os aparelhos móveis são utilizados por 99% daqueles que acessam a internet, sendo, em disparado, os dispositivos mais utilizados pelo brasileiro para este fim. Também chama atenção a quantidade de pessoas que utiliza as redes sociais e os aplicativos de mensagens, além da frequência que o fazem. Os aplicativos *WhatsApp*, *Skype* ou *Facebook messenger* são utilizados por 92% desse grupo. Além disso, 90% dessas pessoas relatam acessar a internet todos os dias, enquanto 7% mencionam acessar uma vez por semana e 2% pelo menos uma vez ao mês, o que demonstra uma tendência de consumir internet de forma constante e generalizada.

Dados mais recentes, frutos da pesquisa “Panorama *Mobile Time/Opinion Box* – Uso de apps no Brasil”, apontam que o *WhatsApp* é o aplicativo mais utilizado pelos brasileiros, estando presente na tela inicial de 54% dos *smartphones* nacionais. O *Instagram*, rede social para publicação de fotos e vídeos, também é bastante utilizado, estando presente na tela inicial

¹⁸ TIC DOMICÍLIOS 2019. Pesquisa sobre o Uso das Tecnologias de Informação e Comunicação nos Domicílios Brasileiros. CetiQ, 29 mai. 2020.

de 42% dos brasileiros. Fenômeno recente, o *TikTok* também não fica para trás. A consultoria alemã Statista¹⁹ apurou que o Brasil é o terceiro país do mundo que mais consome conteúdo do *TikTok*.

As pesquisas indicam, portanto, que a internet é acessada pela maioria dos brasileiros, todos os dias, com enfoque especial às redes sociais e aos aplicativos de mensagens instantâneas. Diante disso, muito embora a popularização do acesso à internet seja um inegável avanço social, já que viabiliza não só o aquecimento da economia em razão da facilitação do comércio, mas também o acesso à educação, à informação, e à incontáveis sites e aplicativos que efetivamente impactam positivamente a vida população brasileira, fato é que esse mesmo público se torna alvo de golpes, crimes cibernéticos, fraudes e, o que aqui nos interessa, desinformação, que é perpetuada não só pelas redes sociais abertas, mas também pelos aplicativos de mensagens instantâneas.

Nessa linha, temos que, com a amplitude desse acesso às redes, o ambiente virtual se tornou também um mecanismo de socialização e, com a possibilidade de múltiplas interações, as *fake news* passam a ter um terreno fértil para circular. O *WhatsApp* e o *Telegram*, por exemplo, podem servir como meio para disparos de notícias manifestamente falsas. Esses disparos em massa atingem dezenas de milhares de usuários por dia e são vendidos por agências de *marketing* especializadas neste método. Essa prática foi e é utilizada, inclusive, para fins políticos – conforme se exporá – bastando que se observe o que ocorreu nas eleições presidenciais de 2018 no Brasil para compreender melhor o fenômeno.

Vale destacar, contudo, que o disparo de mensagens por aplicativos de mensagens é apenas uma das facetas que envolvem a propagação de *fake news* pela internet. Um outro elemento que acentua a circulação da desinformação pela internet é a criação e instrumentalização das publicações diretamente pelas redes sociais, o que pode ser feito inclusive por meio de diversos tipos de conta. Há uma investigação promovida pela BBC Brasil que separou essas contas em 5 categorias²⁰, com especial ênfase às inautênticas:

¹⁹ AGRELA, Lucas. Brasil é segundo país que mais usa TikTok no mundo. Exame, São Paulo, 28 set. 2021. Disponível em: <<https://exame.com/tecnologia/brasil-e-segundo-pais-que-mais-usa-tiktok-no-mundo/>>. Acesso em 02 mai. 2022.

²⁰ GRAGNANI, Juliana. Como identificar os diferentes tipos de fakes e robôs que atuam nas redes. BBC Brasil em Londres, 16 abr. 2017. Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/brasil-42172154>>. Acesso em 02 mai. 2022

a) Robôs: nas palavras de Yasodara Córdova, pesquisadora da Digital Kennedy School, da Universidade Harvard, nos EUA, "um robô, ou *bot*, nada mais é que uma metáfora para um algoritmo que está te ajudando, fazendo um trabalho para você". Os robôs são comumente usados nas redes sociais e não necessariamente para objetivos ruins, sendo utilizados para atendimentos virtuais de grandes lojas, por exemplo. No entanto, Marcos Bastos e Dan Mercea, professores do departamento de Sociologia da City, University of London, no Reino Unido, narram que esses robôs também são usados para propagar postagens de forma automatizada. No plebiscito do *Brexit*, por exemplo, estima-se que quase 14 mil robôs foram utilizados para inflar um lado ou outro com publicações totalmente automatizadas. Além disso, pesquisadores das universidades do Sul da Califórnia e de Indiana estimam que haja entre 9% a 15% de robôs no Twitter²¹.

b) Ciborgues: também chamados de "*trolls*" ou "*socketpuppets*" (fantoques), os ciborgues são perfis mais sofisticados por terem como objetivo a imitação de contas autênticas. Para isso, publicam frases, fotos e interagem com outras contas, criando uma realidade artificial a partir da consolidação de uma credibilidade que também é construída artificialmente. Esses perfis roubam fotos de pessoas verdadeiras e adicionam como amigos pessoas reais. O próprio *facebook* admitiu, em 2017, que "pessoas falsas" estariam propagando informações para influenciar a opinião pública no debate político.

c) Robôs políticos: são perfis de militantes que permitem que suas contas sejam vinculadas diretamente à páginas de seus candidatos políticos ou campanhas políticas. A partir disso, abrem mão da autonomia de escolher o conteúdo que irão "curtir" ou interagir, passando a "curtir" de maneira automática notícias que são escolhidas pelo candidato ou pela campanha deste. É a vinculação direta de uma

²¹ VAROL, Onur et al. Online human-bot interactions: Detection, estimation, and characterization. In: Proceedings of the international AAAI conference on web and social media. 2017.

conta autêntica para inflar de maneira automática as interações nas redes em prol de um candidato ou campanha.

d) *Fake* clássico: um perfil usado por uma pessoa real com o objetivo de esconder sua real identidade nas redes. É inventado por apenas uma pessoa, sem ligação com empresas que vendem esse serviço para políticos e com campanhas ou candidatos que possam controlar essa conta. Em síntese, é quando uma pessoa cria uma conta falsa para se esconder.

e) Ativistas em série: pessoas reais extremamente ativas politicamente no *twitter* e com postagens sobre eventos políticos em diferentes partes do mundo.

Verifica-se, então, que mais do que complexo e multifacetado, o fenômeno das *fake news* possui uma variável muito interessante: as diversas possibilidades de propagação dessa desinformação. Todas essas categorias de contas supramencionadas são efetivamente utilizadas ou, ao menos, possuem a possibilidade de serem instrumentalizadas para determinar a pauta do debate político nas redes sociais e espalhar, em massa, notícias falsas. Esse aspecto viabiliza a sensação generalizada de que um determinado assunto é, de fato, importante, mesmo que não o seja. Também aumenta o alcance de visualização de uma determinada *fake news*, o que aumenta a gravidade do problema.

Somado a isso há uma outra nuance que merece destaque: a dificuldade de responsabilização dos usuários reais que controlam essas contas inautênticas. Afinal, não é fácil, tampouco rápido, identificar a pessoa por trás de um robô ou de um ciborgue. Isso, além de estimular a prática, faz crescer a sensação de que a internet parece um território à parte, sem lei, onde quase tudo é permitido.

É justamente diante de todas essas novidades que se tornaram uma questão controversa no debate político que entendemos, a partir das eleições presidenciais brasileiras de 2018, a importância de debater as *fake news*, os seus impactos para a democracia e a postura do Tribunal Superior Eleitoral para garantir que a liberdade de votar seja efetivamente garantida, já que se trata de um direito essencial dentro de um sistema verdadeiramente democrático.

2. FAKE NEWS NAS ELEIÇÕES BRASILEIRAS DE 2018

2.1. Breve síntese

As eleições brasileiras de 2018 foram pioneiras em demonstrar, em território nacional, a nocividade das *fake news* para a democracia e seus impactos negativos no processo eleitoral. Mais do que um método de convencimento ou de artimanha política no processo de campanha, as *fake news* serviram para manipular a opinião política popular.

Este capítulo pretende demonstrar, justamente, como a desinformação foi utilizada em 2018 na campanha eleitoral pela internet. Diferente do primeiro capítulo, no qual se busca compreender efetivamente o que são as *fake news* e o que as diferencia de outras notícias equivocadas, aqui buscaremos refletir de maneira mais prática sobre campanha eleitoral e o emprego da internet, avaliando como as *fake news* se propagaram em 2018.

2.2. O processo eleitoral brasileiro

A Constituição brasileira de 1988 estabelece, em seu artigo 1º, que o Brasil é uma República Federativa formado pela união indissolúvel dos Estados e Municípios e do Distrito Federal. Os incisos do art. 1º mencionado nos apontam os fundamentos da república brasileira, constituindo-se o Estado Democrático de Direito (BRASIL. Constituição, 1988)

A palavra república vem do latim *res publica*, que significa o bem público. A etimologia da palavra, então, enfatiza a questão da coisa pública, comum²². No Brasil, a república está diretamente associada às seguintes ideias: i) ênfase no bem público que deve estar sempre acima de interesses particulares; ii) relevância do direito para obstar a violência e o arbítrio; iii) os atributos cívicos de cidadania associados à constante progresso do convívio social, sempre voltado para a finalidade comum; iv) o princípio federalista como instrumento para agregar o tamanho à proximidade, no plano nacional e internacional.²³ Importante frisar que, diferente da monarquia, a república consiste em uma forma de governo na qual não há um soberano permanentemente no poder, sendo essencial que haja alternância no governo.

²² LAFER, Celso. O Significado de República. Revista Estudos Históricos. v. 2, n. 4. 01 dez. 1989, p. 215.

²³ LAFER, Celso. O Significado de República. Revista Estudos Históricos. v. 2, n. 4. 01 dez. 1989, p. 222.

Nesse sentido, dentro da lógica da democracia e da necessidade de alternância de poder da república, o processo eleitoral se apresenta com um papel fundamental, na medida em que viabiliza a escolha de representantes dos anseios populares. O processo eleitoral, além disso, é responsável por conectar candidatos e eleitores, que exercem, com isso, a sua cidadania ao votar.

José Jairo Gomes²⁴ compreende o processo eleitoral como um instrumento essencial de controle da normalidade e legitimidade das eleições:

Em sentido amplo, o processo eleitoral pode ser compreendido como espaço democrático e público de livre manifestação da vontade política coletiva. É o *locus* em que são concretizados direitos políticos fundamentais, nomeadamente as cidadanias ativa (*ius suffragii*) e passiva (*ius honorum*). Trata-se de fenômeno coparticipativo, em que inúmeras pessoas e entes atuam cooperativamente em prol da efetivação da soberania popular e concretização do direito fundamental de sufrágio. Mas não apenas isso: o processo eleitoral é também instrumento essencial de controle da normalidade e legitimidade das eleições e, portanto, das investidas político-eletivas. É por ele que se perfaz a ocupação consentida de cargos político-eletivos e o conseqüente exercício legítimo do poder estatal.

Nesse sentido, o processo eleitoral brasileiro se constitui a partir de algumas fases, que podem ser objetivamente definidas da seguinte forma:

- i) Alistamento: a Constituição Federal, em seu art. 1º, parágrafo único, estabelece que todo poder emana do povo, que o exerce diretamente ou através de seus representantes eleitos indiretamente. Pode ser compreendido como alistamento o procedimento administrativo-eleitoral pelo qual se qualificam e se inscrevem os eleitores. Nele se verifica o preenchimento dos requisitos constitucionais e legais indispensáveis à inscrição do eleitor. Uma vez deferido, o indivíduo é integrado ao corpo de eleitores, podendo exercer direitos políticos, votar e ser votado, enfim, participar da vida política do País. Em outras palavras, adquire cidadania (GOMES, 2018, p. 154).

²⁴ GOMES, José Jairo. Direito eleitoral. 14. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo. Editora Atlas: 2018, p. 265.

- ii) Convenção partidária: seria a reunião ou assembleia formada pelos filiados a um partido político – denominados convencionais – cuja finalidade é eleger os que concorrerão ao pleito. Em outros termos, é o meio pelo qual os partidos escolhem os candidatos que disputarão as eleições (GOMES, 2018, p. 284).
- iii) Registro de candidatura: após os resultados da convenção partidária, ou seja, da escolha, pelos filiados do partido, daqueles que disputarão o pleito eleitoral, dá-se início ao procedimento administrativo iniciado junto a órgão da Justiça Eleitoral (MACHADO, 2018, p. 169), pelo qual é requerido o registro da candidatura, que deverá observar todas as condições de elegibilidade;
- iv) Propaganda eleitoral: a propaganda eleitoral consiste naquela propaganda pensada por partidos políticos e candidatos com o objetivo de captar votos do eleitorado para investidura em cargo público-eletivo. Caracteriza-se por levar ao conhecimento público, ainda que de maneira disfarçada ou dissimulada, candidatura ou os motivos que induzam à conclusão de que o beneficiário é o mais apto para o cargo em disputa (GOMES, 2018, p. 390).
- v) Eleições: é comum dizer que a eleição é a festa maior da democracia. Já se falou ser o único momento da história em que o povo é verdadeiramente livre para decidir seu destino. Nela, reluz a soberania popular, afirmando-se a cidadania em toda a sua plenitude. Sem ela, sequer se pode cogitar da existência de Estado Democrático de Direito. Demais, ninguém ignora que nos tempos atuais a escolha de mandatários pelo sufrágio universal constitui direito humano fundamental e, pois, de primeira grandeza no âmbito da ordem cultural-valorativa (GOMES, 2018, p. 469).
- vi) Diplomação: é a última fase do processo eleitoral. Nela são sacramentados os resultados das eleições. Trata-se de ato formal, pelo qual os eleitos são oficialmente credenciados e habilitados a se investirem nos mandatos político-eletivos para os quais foram escolhidos. A posse e o exercício nos cargos se dão posteriormente, fugindo da alçada da Justiça Eleitoral (GOMES, 2018, p. 507).

Percebe-se, portanto, que o processo eleitoral brasileiro é multifacetado e possui diversas etapas, todas estas fundamentais para a garantia do Estado Democrático de Direito e para o exercício da cidadania. Esse conjunto de regras e fases pré-estabelecidas são o que conferem legitimidade às eleições e do direito ao voto, fortalecendo a democracia.

Isto posto, importante asseverar que uma das etapas desse processo possui especial relevância para o presente trabalho: a campanha eleitoral. É a partir da campanha, que pode se manifestar de diversas formas, que surge a problemática da campanha eleitoral na internet, impulsionamento em massa por aplicativos de mensagens e disseminação de *fake news*, sendo certo que esse conjunto de condutas representa forte risco à democracia e às instituições republicanas.

2.3. A regulação e campanha eleitoral na internet

Conforme visto anteriormente, a campanha eleitoral possui papel relevante dentro do processo eleitoral. Nas palavras de José Jairo Gomes (GOMES, 2018, p. 341):

A propaganda é instrumento indispensável, de importância primordial, em qualquer campanha eleitoral. Sem ela, é praticamente impossível alcançar a vitória no certame eleitoral. É pela propaganda que o político torna pública sua candidatura, levando ao conhecimento do eleitorado os projetos que defende (e os que repudia), bem como as ações que pretende implementar; com isso, sua imagem, suas ideias, projetos e propostas adquirem grande visibilidade perante o eleitorado.

O autor menciona, ainda, que a propaganda não deve ser subestimada ante a sua potencialidade de manipulação coletiva, sobretudo em um Estado Democrático de Direito no qual urge a preocupação com a dignidade da pessoa humana (GOMES, 2018, p. 383).

Em complemento à conceituação trazida por José Jairo Gomes, Gabriel de Souza Leal entende que essa modalidade de propaganda que leva ao conhecimento dos eleitores os nomes, números e propostas daqueles que postulam cargo eletivo em eleições gerais (presidente, senadores, governadores e deputados) ou em eleições municipais (prefeitos e vereadores). Essencial ao desenvolvimento da democracia, a propaganda eleitoral dá subsídios para que os eleitores escolham seus candidatos, com base em suas propostas, além de fomentar discussões e, conseqüentemente, de motivar a participação popular em todo processo eleitoral²⁵.

²⁵ LEAL, Gabriel de Souza. A propaganda eleitoral após as alterações introduzidas pelas leis nº 12.891/2013 e nº 13.165/2015. Estudos Eleitorais, Brasília, v. 11, n. 3, p. 70-93, set./dez. 2016.

Nessa esteira, dentre os tipos de propaganda eleitoral (*outdoor*, comícios, panfletos, carros de som, utilização de rádio e TV etc), para o presente trabalho há especial interesse na campanha eleitoral pela internet. É justamente a partir desse tipo de propaganda eleitoral que há um terreno fértil para a disseminação em massa de desinformação, capazes de obstar o direito ao voto verdadeiramente livre e consciente.

Portanto, no período eleitoral a problemática da *fake news* passa a se expressar de maneira ainda mais complexa.

Ingo Wolfgang Sarlet e Andressa de Bittencourt Siqueira (2020, p.551) comentam bem esse panorama²⁶:

Tais dados, inclusive, guardam sintonia com os divulgados para as eleições de 2018, segundo o Instituto Data Folha, de acordo com os quais, “dois em cada três eleitores brasileiros (66%) têm contas em redes sociais” (INSTITUTO DATAFOLHA, 2018, p. 37), atingindo considerada relevância o reconhecimento pela Organização dos Estados Americanos de que, em 2018, o “uso de fake news nas eleições do Brasil [foi] ‘sem precedentes’ (OEA diz, 2018), cujo foco principal de disseminação de notícias falsas se deu em âmbito online. Segundo o Instituto Data Folha, em pesquisa realizada durante o ano eleitoral (2018) 41% dos entrevistados que afirmaram ter conta no WhatsApp, disseram acreditar um pouco em notícias recebidas pelo aplicativo, enquanto 6% acreditam muito. Ainda assim, há uma inversão da opinião dos entrevistados no que tange à população brasileira como um todo, uma vez que 62% dos entrevistados afirmaram que os brasileiros, em sentido amplo, acreditam muito nessas notícias, ao passo que apenas 25% dos entrevistados afirmaram que os brasileiros, em sentido amplo, acreditam um pouco nas informações recebidas por meio do aplicativo. Apenas 8% dos entrevistados afirmaram que os brasileiros, em sentido amplo, não acreditam, ao passo que 53% dos entrevistados, agora em perspectiva individual, assumem não acreditar nessas notícias (INSTITUTO DATAFOLHA, 2018, p. 11).

O engano causado pelas *fake news* propagadas pelo *WhatsApp* são latentes e ainda mais danosos quando tratamos da população mais velha (SARLET E SIQUEIRA, 2020, p. 551):

Aliás, de acordo com a pesquisa do mesmo Instituto, quanto mais se avança na faixa de idade na pesquisa realizada, maior o engajamento dos seus usuários no compartilhamento de mensagens com conteúdo político. Os mais jovens tendem a não compartilhar mensagens sobre eleições e política quando comparados aos mais velhos. Ainda que os entrevistados na faixa de idade dos 16 a 24 anos sejam o grupo com mais contas no WhatsApp, apenas 29% utilizam tal canal de comunicação para compartilhar notícias sobre eleições ou política. Na faixa dos 35 aos 44 anos, dos 73% que utilizam o aplicativo, 39% desses o fazem também para o efeito de compartilhar

²⁶ SARLET, Ingo Wolfgang; SIQUEIRA, Andressa de Bittencourt. Liberdade de expressão e seus limites numa democracia: o caso das assim chamadas “fake news” nas redes sociais em período eleitoral no Brasil. Revista Estudos Institucionais, Rio de Janeiro, v. 6, n. 2, maio/ago. 2020, p. 551.

conteúdos de natureza político-eleitoral. No caso dos entrevistados entre 45 e 59 anos, dos 54% que têm conta no WhatsApp, 44% desses repassam mensagens de natureza política, ao passo que, na última faixa, mais de 60 anos de idade, 33% têm conta no aplicativo, dos quais 44% o utilizam para compartilhamento de conteúdo político (INSTITUTO DATAFOLHA, 2018, p. 2 e 33).

Diante desses cenários, a regulação da campanha eleitoral pela internet vem obtendo cada vez mais relevância, já que a regulação desse tema é fundamental para garantir a lisura do processo eleitoral e a autonomia dos cidadãos aos escolherem seus candidatos.

Desse modo, temos a Lei nº 4.737/1965 (Código Eleitoral), que foi parcialmente revogada pela Lei das Eleições (Lei nº 9.504/1997) como uma das principais normas responsáveis por regular o direito eleitoral. Não obstante, o Tribunal Superior Eleitoral também possui forte papel no plano infraconstitucional, enfrentando temas relevantes e atuais, incluindo a propaganda eleitoral pela internet, por meio de suas resoluções. Interessante enfatizar, ainda, as alterações decorrentes da Lei nº 13.877 e da Lei nº 13.878/2019, tendo a primeira permitido o impulsionamento eletrônico nas redes sociais, a partir da contratação direta com o provedor de aplicação.

Esse conjunto normativo dialoga diretamente com os instrumentos para remoção de conteúdos e outros cabíveis, previstos na Lei nº 12.965/2014 (Marco Civil da internet), que é muito utilizado para remoção de *fake news* das redes sociais, inclusive em períodos eleitorais²⁷.

Isto posto, o Código Eleitoral possui dispositivos que podem ser aplicados em combate às *fake news*. O art. 323, por exemplo, criminaliza o ato de “divulgar, na propaganda ou durante período, fatos que sabe inverídicos, em relação a partidos ou candidatos e capazes de exercerem a influência perante o eleitorado”. A pena de detenção, aqui, é agravada se a conduta se der através da imprensa, rádio, televisão, internet ou rede social. Também se agrava se envolve menosprezo ou discriminação à condição de mulher ou à sua cor, raça ou etnia. Além disso, incorre na mesma pena quem produz, oferece ou vende vídeo com conteúdo inverídico sobre políticos e candidatos. Vale ressaltar que o dispositivo mencionado não se confunde com os crimes contra a honra positivados no Código Penal. A Lei nº 14.192/2021 alterou esse

²⁷ SARLET, Ingo Wolfgang; SIQUEIRA, Andressa de Bittencourt. Liberdade de expressão e seus limites numa democracia: o caso das assim chamadas “*fake news*” nas redes sociais em período eleitoral no Brasil. Revista Estudos Institucionais, Rio de Janeiro, v. 6, n. 2, maio/ago. 2020 p. 553. DOI: 10.21783/rei.v6i2.522.

dispositivo em 2021, qualificando e detalhando ainda mais o art. 323 do Código Eleitoral, acrescentando agravantes.

Noutro giro, nos moldes do art. 57-J da Lei das Eleições, o TSE editou a Resolução 23.610/2019, que em seu art. 28, §6º, esclarece que a manifestação espontânea na internet de pessoas naturais em matéria político-eleitoral, mesmo que sob a forma de elogio ou crítica a candidata, candidato, partido político, federação ou coligação, não será considerada propaganda eleitoral.

Por outro lado, os parágrafos §1º e 2º do art. 57-H da mesma Lei preconiza que constitui crime a contratação direta ou indireta de grupo de pessoas com a finalidade específica de emitir mensagens ou comentários na internet para ofender a honra ou denegrir a imagem de candidato, partido ou coligação. Logo, caso um grupo tenha sido contratado para proferir difamações (fato inverídico desabonador) ou calúnias (falsa imputação de crime) sobre candidato, partido ou coligação capazes de influir no pleito, há a incidência desse dispositivo (SARLET E SIQUEIRA, 2020, p. 555). O § 4º do art. 33 do mesmo códex esclarece, ainda, que a divulgação de pesquisa fraudulenta constitui crime, punível com detenção de seis meses a um ano e multa no valor de cinquenta mil a cem mil UFIR.

Ademais, a propaganda eleitoral na internet é expressamente autorizada pelo art. 57-A da Lei das Eleições, após o dia 15 de agosto do ano da eleição. Contudo, o art. 57-C estabelece que é vedada a veiculação de qualquer tipo de propaganda eleitoral paga na internet, excetuado o impulsionamento de conteúdos, desde que identificado de forma inequívoca como tal e contratado exclusivamente por partidos, coligações e candidatos e seus representantes.

O §3º do art. 57-B nos esclarece que não é permitida a utilização de impulsionamento de conteúdos e ferramentas digitais não disponibilizadas pelo provedor da aplicação de internet, ainda que gratuitas, para alterar o teor ou a repercussão de propaganda eleitoral, tanto próprios quanto de terceiros. Contudo, o art. 44, inciso XI da Lei dos Partidos Políticos autoriza a alocação de recursos do Fundo Partidário ao custeio de impulsionamento de conteúdo na internet, desde que contratado diretamente com o provedor limitando-se aos por esse disponibilizados. Ou seja, não se pode delegar a terceiros, sendo vedado, ainda, nos anos de eleição no período desde o início do prazo das convenções partidárias até a data do pleito. Deve haver, portanto, uma interpretação sistemática desses dispositivos.

Interessante mencionar que o art. 57-I da Lei das Eleições permite que a Justiça Eleitoral determine, a requerimento de candidato, partido político ou coligação, no âmbito e nos limites técnicos de cada aplicação de internet, a suspensão do acesso a todo conteúdo veiculado que deixar de cumprir as disposições da mencionada Lei. O tempo de suspensão deve ser definido proporcionalmente à gravidade da infração cometida em cada caso, observado o limite máximo de vinte e quatro horas. Frisa-se que a cada reiteração de conduta, será duplicado o período de suspensão. Ingo Wolfgang Sarlet e Andressa de Bittencourt Siqueira²⁸ ponderam que o que efetivamente ocorre é remoção do conteúdo, sem que ele retorne a aparecer novamente, sendo, portanto, permanente.

Vale dizer que a Resolução nº 23.672/2021 do TSE, que alterou a Resolução nº 23.608/2019, incluiu o §1º-A ao art. 17, determina que nos casos de ser ordenada a remoção de conteúdo na internet, a ordem judicial deverá fixar prazo razoável para o cumprimento, não inferior a 24 horas, devendo conter, sob pena de nulidade, a URL e, caso inexistente esta, a URI ou a URN do conteúdo específico, observados, nos termos do art. 19 da Lei nº 12.965/2014, o âmbito e os limites técnicos de cada provedor de aplicação de internet, conforme art. 38, § 4º, da Resolução-TSE nº 23.610/2019.

Ingo Wolfgang Sarlet e Andressa de Bittencourt Siqueira aduzem que é justamente no que diz respeito ao impulsionamento mediante o uso de tecnologias para promoção de candidatos, partidos políticos ou coligações na internet, bem como a impossibilidade de contratação de terceiro, que eventuais limites fáticos e jurídicos da aplicação da legislação eleitoral para a retirada de conteúdos infringentes se tornam mais claros (2020, p. 558). Embora seja possível e praticável requerer a remoção de conteúdos em redes sociais abertas (*Facebook, Instagram, Twitter*, por exemplo), há uma limitação de ordem prática para que o mesmo ocorra em redes sociais que funcionam por aplicativos de mensagens, como *WhatsApp e Telegram*. Isso porque, diferente das redes sociais abertas, esses *softwares* de mensagens eletrônicas privadas ajudam a transmitir, inviabilizando a aplicação do art. 57-I da Lei das Eleições, que trata justamente da remoção de conteúdo eleitoral na internet, como já mencionado.

²⁸ SARLET, Ingo Wolfgang; SIQUEIRA, Andressa de Bittencourt. Liberdade de expressão e seus limites numa democracia: o caso das assim chamadas "fake news" nas redes sociais em período eleitoral no Brasil. *Revista Estudos Institucionais*, Rio de Janeiro, v. 6, n. 2, maio/ago. 2020, p. 557.

É justamente a partir desse contexto obscuro, complexo e de difícil enfrentamento dos malefícios oriundos das mensagens disparadas em massa por aplicativos de mensagens que surge uma realidade à parte, totalmente nebulosa, de uma comunicação direta, instantânea e, em grande parte das vezes, com fins conspiratórios, negacionistas, baseados em *fake news*.

Embora já não fosse permitida a realização de propaganda por meio de disparo de mensagens, a Resolução de nº 23.671/2021 do TSE, alterou o art. 28, inciso IV, “a” e “b” da Resolução de nº 23.610/2019 do mesmo Tribunal, fazendo constar expressamente a vedação de disparos em massa de conteúdo, seja por candidatos, partidos, federações, coligações ou até mesmo por pessoa natural. O art. 34 da Resolução 23.671/2021 também reforça esse ponto, vedando, novamente de maneira expressa, a realização de propaganda por meio de disparo em massa de mensagens instantâneas sem consentimento da pessoa destinatária ou a partir da contratação expedientes, tecnologias ou serviços não fornecidos pelo provedor de aplicação e em desacordo com seus termos de uso.

Outra reflexão importante é sobre a possível configuração do abuso de poder econômico a partir dessas práticas, tendo em vista que, segundo o art. 22 da Lei Complementar 64/1990 esclarece que qualquer partido político, coligação, candidato ou Ministério Público Eleitoral poderá representar à Justiça Eleitoral relatando fatos e indicando provas, indícios e circunstâncias e pedir abertura de investigação judicial para apurar uso indevido, desvio ou abuso do poder econômico ou do poder de autoridade, ou utilização indevida de veículos ou meios de comunicação social, em benefício de candidato ou de partido político.

Importante ponderar que o glossário eleitoral brasileiro²⁹ define abuso de poder econômico como uma prática relacionada ao uso excessivo, antes ou durante a campanha, de recursos materiais ou humanos que representem valor econômico, buscando beneficiar candidato, partido ou coligação, afetando, assim, a normalidade e a legitimidade das eleições.

Ademais, ao julgar as AIJEs de nº 0601968-80 e 0601771-28 o Tribunal Superior Eleitoral pôs luz de maneira contundente aos artifícios utilizados na campanha presidencial de 2018 e às ilicitudes praticadas. No julgamento dessas ações, demonstrou-se, também, as limitações de ordem prática por parte da Justiça Eleitoral para garantir a lisura efetiva do

²⁹ BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. Ação de investigação judicial eleitoral. Disponível em <<https://www.tse.jus.br/eleitor/glossario/>>. Acesso em 08 mai. 2022.

processo eleitoral e a legitimidade do direito ao voto, que deve ser exercido de forma plena e consciente. Nessa linha, apesar da dificuldade em acessar o conteúdo e compreender o teor das mensagens disparadas em massa por candidatos, de dilatar a produção de determinadas provas e, ainda, sob imensa pressão política e social, o Tribunal firmou um importante entendimento sobre o disparo em massa de mensagens, que será objeto de análise no próximo capítulo.

Fato é que muito embora seja possível suspender uma *fake news* que circula em redes sociais, o mesmo não ocorre com a mesma facilidade em aplicativos de mensagens instantâneas criptografadas e, sobretudo pela dificuldade de se obter o teor efetivo dessas mensagens, cria-se um óbice para mensurar a gravidade real das condutas praticadas por candidatos, suas campanhas e apoiadores. Nas palavras de Patrícia Campos Mello (fls. 21):

No WhatsApp, é virtualmente impossível detectar a origem de uma mensagem ou de determinado conteúdo. O WhatsApp não quebra a criptografia, o que significa que não se pode saber quem mandou o quê, ou para quem. Podem-se obter metadados de uma mensagem, como o IP (Internet Protocol), o número que identifica e localiza um computador ligado à rede.

Foi justamente esse aspecto que tornou as eleições brasileiras de 2018 polêmicas, pondo em xeque, inclusive, a legitimidade do pleito eleitoral e dos candidatos eleitos.

2.4. As eleições de 2018 no Brasil: o início da discussão sobre disparos de mensagens em massa

A jornalista Patrícia Campos Mello, em seu livro “A máquina do ódio: Notas de uma repórter sobre *fake news* e violência digital”, traz nuances muito interessantes sobre a utilização de disparos em massa na campanha eleitoral de 2018, escândalo descoberto e publicado pelo jornal Folha de São Paulo. Aduz que várias reportagens publicadas durante esse período trouxeram à tona a importância das redes sociais para determinados candidatos, em especial para Jair Messias Bolsonaro. Distorções de notícias a partir de orientação ideológica, venda de cadastros que reuniam que permitiam mapear eleitores e disparar mensagens em massa, dentre diversas outras práticas ilícitas.

Fabrizio Benevenuto, professor de ciência da computação da UFMG e coordenador do projeto Eleições sem Fake, monitora as principais redes sociais e grupos públicos de WhatsApp (MELLO, P. C., 2020 p. 27). Benevenuto esclarece, a partir dessa experiência, que à época

havia uma quantidade muito maior de grupos a favor de Jair Bolsonaro e as mensagens lá compartilhadas, quase sempre falsas, induziam a conclusões enganosas, descontextualizavam declarações ou mostravam acontecimentos de outros países como se tivessem ocorrido no Brasil. Além disso, havia memes ou deboche, que não eram *fake news* mas atuavam na construção e propagação de narrativas equivocadas (MELLO, P. C., 2020, p. 27).

Um exemplo dessa prática é que após a então candidata Marina Silva confrontar o também então candidato – hoje Presidente da República – Jair Messias Bolsonaro no debate entre os presidentiáveis em 17 de agosto de 2018 e ter sido amplamente elogiada por isso, Benevenuto registrou ampla circulação de memes no *WhatsApp* ridicularizando Marina. Sobretudo pelo *WhatsApp*, a ex-ministra foi alvo de diversos ataques à sua aparência e à sua condição como mulher.

Segundo Cristina Tardáguila, diretora-adjunta da Rede Internacional de Checagem de Fatos e fundadora da Agência Lupa, as dez notícias falsas mais populares checadas pela Lupa em agosto de 2018 tiveram, juntas, 865 mil compartilhamentos (MELLO, P. C., 2020, p. 27). Além disso, um levantamento do Eleições sem Fake e da Agência Lupa aponta que as notícias falsas que mais se disseminaram pelo *WhatsApp* eram variações de denúncias de fraude ou mau funcionamento das urnas eletrônicas.

Outros conteúdos notórios e que foram disseminados como se fossem notícias verdadeiras durante o pleito eleitoral de 2018 foram as narrativas de que havia a pretensão de distribuição de um kit gay nas escolas, além de mamadeiras com formato de órgão genital masculino.

Muito embora essas notícias sejam descaradamente mentirosas, os dados apontam que grande parte das pessoas acredita no conteúdo que é recebido por *WhatsApp*, o que inclui essas manifestações. Mais do que isso: segundo levantamento do Instituto Ipsos³⁰, mais de 60% dos brasileiros, em 2018, acreditavam em notícias falsas. Por outro lado, mais de 70% das pessoas acredita ter visto reportagens com inverdades na televisão. Há, dessa forma, uma tendência em

³⁰ Brasil é o país que mais acredita em *fake news* no mundo. Terra Brasil, 5 out. 2018. Disponível em <<https://www.terra.com.br/noticias/dino/brasil-e-o-pais-que-mais-acredita-em-fake-news-no-mundo,acbdcecec78a0351201bafd2285942a0b1ehpqxx.html/>>. Acesso em 09 mai. 2022.

acreditar na informação recebida por aplicativos de mensagens por meio de amigos e parentes, enquanto se duvida do conteúdo noticiado pelo jornalismo profissional.

Fato é que a partir do segundo semestre de 2018, jornalistas começaram a apurar a origem dessas *fake news*. Descobriu-se, então, que a desinformação não era um mero fruto do espontaneísmo do processo eleitoral e que, apesar de descentralizada, era organizada e estrategicamente articulada. Até a disseminação era planejada. O jornal Folha de São Paulo descobriu, por exemplo, que empresários financiaram campanhas contra o Partido dos Trabalhadores através do *WhatsApp*. Empresas se organizavam para comprar pacotes de disparos em massa no *WhatsApp* de agências de marketing, planejando uma operação para o segundo turno das eleições. Patrícia Campos Mello explica bem como funcionava essa prestação de serviço:

Segundo uma proposta de serviço que obtivemos na ocasião, as agências ofereciam pacotes de WhatsApp por 0,08 real a 0,12 real por mensagem disparada para a base própria do candidato celulares obtidos de forma espontânea pelo político ou partido. Tal base podia ser segmentada por região geográfica, faixa de renda, gênero e outras características que potencializavam a eficácia dos envios. As agências prestavam contas ao cliente por meio de relatórios registrando data, hora e conteúdo disparado. Quando o candidato também comprava uma base de dados — um cadastro de números de celulares —, os disparos saíam mais caro, de 0,1 real a 0,2 real. Vale dizer que a legislação eleitoral proíbe compra de base de terceiros; só permite o uso das listas de apoiadores do próprio candidato ou do partido. (MELLO, P. C., 2020, p. 35).

E continua:

Marcelo Vitorino, relatou à jornalista Silvia Amorim, de O Globo,¹⁷ que a empresa DOT Group ofereceu ao partido um pacote de mensagens por WhatsApp, para até 80 milhões de pessoas, recorrendo a cadastros de terceiros. Segundo o PSDB, o serviço não foi contratado. A empresa negou ter proposto o disparo de mensagens a partir de uma lista de eleitores alheios ao partido. (MELLO, P. C., 2020, p. 36).

A autora também narra que no processo de apuração de uma reportagem, conversou com um funcionário de uma dessas agências de disparo em massa. As informações foram reiteradas, tendo o indivíduo mostrado as mensagens para a autora, descrevendo como as empresas estavam comprando pacotes de disparos (por meio das agências de *marketing*). O funcionário menciona que empresas e empresários haviam comprado pacotes de disparos em massa em desfavor do PT, na semana que antecedeu o segundo turno das eleições de 2018 (Bolsonaro x Haddad). A fonte explicou que esses grupos estavam engajados na desconstrução da imagem de Fernando Haddad e Manuela d'Ávila (MELLO, P. C., 2020, p. 38-39).

É interessante perceber que, à época, Bolsonaro, ao se posicionar sobre as reportagens que já tratavam dos disparos em massa, disse ao site “O Antagonista”: “Eu não tenho controle se tem empresário simpático a mim fazendo isso. Eu sei que fere a legislação. Mas eu não tenho controle, não tenho como saber e tomar providência” (MELLO, P. C., 2020, p. 39).

A essa altura, não restavam mais dúvidas do que estava acontecendo no processo eleitoral brasileiro. Contudo, em outubro de 2019, Ben Supple, atual Chefe Global de Engajamento Cívico do *WhatsApp*, reconheceu que o aplicativo de mensagens foi irregularmente utilizado durante o processo eleitoral brasileiro de 2018. Supple afirmou que “na eleição brasileira do ano passado houve a atuação de empresas fornecedoras de envios maciços de mensagens, que violaram nossos termos de uso para atingir um grande número de pessoas” (MELLO, P. C., 2020, p. 56). E continuou: “sabemos que eleições podem ser vencidas ou perdidas no *WhatsApp*”. O porta-voz do *WhatsApp* também afirmou que a empresa sabia que teria um desafio na eleição brasileira, já que seria uma eleição polarizada e com condições ideais para propagação de desinformação.

Diante de todo esse escândalo colocou em xeque não só a liberdade de escolha para votar de maneira consciente, como a própria democracia, o TSE passa a ter papel fundamental e, a partir do julgamento das AIJEs 0601968-80 e 0601771-28, se posiciona de maneira histórica, criando um verdadeiro marco para o combate à desinformação em massa durante as eleições.

3. ESTUDO DE CASO: A POSIÇÃO DO TSE NO JULGAMENTO DAS AIJES 0601968-80 E 0601771-28

3.1. O que é uma AIJE?

Antes de tratarmos especificamente da decisão do TSE no julgamento das AIJEs 0601968-80 e 0601771-28, é fundamental compreender o que seria uma AIJE.

A AIJE, Ação de Investigação Judicial Eleitoral, está prevista no art. 22 da Lei Complementar nº 64/1990 e tem como finalidade coibir e apurar condutas que possam afetar a

igualdade na disputa entre candidatos em uma eleição, como o abuso do poder econômico ou de autoridade e o uso indevido dos meios de comunicação social durante a campanha eleitoral³¹.

José Jairo Gomes entende que essa expressão, contudo, pode levar a uma falsa percepção do que de fato é uma AIJE. Isso porque o termo “investigação” remeteria a um procedimento administrativo, tal como o inquérito policial previsto no CPP, que possui como uma de suas características inquisitorialidade, havendo forte limitação do exercício da ampla defesa e do contraditório. Desse modo, o professor esclarece que não há, na realidade, uma investigação na AIJE, que é uma verdadeira ação no sentido tradicional, uma ação eleitoral, com plena observação do processo legal e garantidos o contraditório e a ampla defesa. Em suas palavras:

Por certo, a identidade de rito – ou o uso literal da terminologia legal – tem ensejado certa confusão linguística na identificação dessas ações. Alguns empregam a expressão Ação de Investigação Judicial Eleitoral (AIJE) somente para a demanda que tenha por objeto abuso de poder previsto na Lei de Inelegibilidades, reservando o termo representação para as demais ações previstas na Lei nº 9.504/97. Outros usam aquela expressão indiferentemente para todas essas ações, com ela identificado o tipo de procedimento a ser observado e sua localização no sistema jurídico-eleitoral. Nesta obra, muitas vezes tais ações são referidas simplesmente como “ação” ou “ação eleitoral”, pois, na verdade, é isso que elas são. Salta aos olhos a inadequação do uso do termo investigação para qualificar uma ação eleitoral, pois ele remete a procedimento administrativo-inquisitorial realizado no âmbito policial-administrativo, no qual se encontram ausentes o contraditório e a ampla defesa. Em verdade, na ação por abuso de poder prevista nos artigos 19 e 22 da LC nº 64/90 não há propriamente uma investigação, mas sim verdadeira ação no sentido técnico-processual, na qual o autor apresenta uma pretensão ao Estado-juiz e este, observando o devido processo legal, analisa a pretensão e, à luz das provas produzidas sob o crivo do contraditório e da ampla defesa, decide a pretensão do autor.

A AIJE é, portanto, uma ação eleitoral que tem como objetivo o combate ao abuso de poder, podendo acarretar, nos termos do art. 22, XIV da LC nº 64/1990, a inelegibilidade durante o período de 8 anos subsequentes à eleição que se verificou o ilícito.

3.2. Breve síntese das AIJEs 0601968-80 e 0601771-28

As Ações de Investigação Judicial Eleitoral 0601968-80 e 0601771-28 foram ajuizadas pela Coligação “O Povo Feliz de Novo” (PT/PCdoB/PROS) em face da chapa presidencial eleita em 2018 (Chapa Mourão-Bolsonaro) e de terceiros.

³¹ BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. Conheça a diferença entre Aije e Aime. Disponível em <https://www.tse.jus.br/imprensa/noticias-tse/2021/Abril/conheca-a-diferenca-entre-aije-e-aime/>>. Acesso em 20 mai. 2022.

As ações versavam substancialmente sobre a prática de abuso do poder econômico e uso indevido dos meios de comunicação social, conforme art. 22 da Lei Complementar 64/1990. A questão inicial tratada nessas ações se originam do mesmo fato, ou seja, do disparo em massa por aplicativo de mensagens (*WhatsApp*) durante o processo eleitoral, em benefício da chapa vencedora a partir da propagação de conteúdo desfavorável a seu principal oponente (Fernando Haddad).

A AIJE 0601968-80 foi ajuizada com base na matéria intitulada “Fraude com CPF viabilizou disparo de mensagens de WhatsApp nas eleições”³², publicada pela Folha de São Paulo. Alegava-se: i) contratação das empresas Yacows, Kiplix e AM4 Informática para os disparos em massa; ii) uso fraudulento de nome e CPF de idosos para registrar chips de celular; iii) utilização de robôs para as mensagens; iv) subcontratação de agências pela AM4, que foi fornecedora da campanha e vi) doações vedadas por pessoas jurídicas.

Já a AIJE 0601771-28 tem como base a reportagem “Empresários bancam campanha contra o PT pelo *Whatsapp*”³³, noticiada em 18/10/2018 pelo mesmo veículo. Nesta, imputava-se: i) contratação das empresas Yacows, Kiplix e AM4 Informática para os disparos em massa; ii) uso fraudulento de nome e CPF de idosos para registrar chips de celular; iii) utilização de robôs para as mensagens; iv) subcontratação de agências pela AM4, que foi fornecedora da campanha e v) doações vedadas por pessoas jurídicas.

Com base no princípio da economia processual, no art. 96-B da Lei 9.504/1997 e nos precedentes do próprio TSE, a Corte entendeu que as ações deveriam ser julgadas de maneira simultânea.

3.2. Da análise da decisão do TSE no julgamento das AIJEs nº 0601968-80 e 0601771-28

³² LIMA, Luciana. Fraude com CPF viabilizou disparo de mensagens de WhatsApp na eleição. Folha, São Paulo, 02 dez. 2018. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/12/fraude-com-cpf-viabilizou-disparo-de-mensagens-de-whatsapp-na-eleicao.shtml/>>. Acesso em 20 mai. 2022.

³³ Empresários bancam campanha contra o PT pelo WhatsApp. Folha, São Paulo, 18 out. 2018. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/10/empresarios-bancam-campanha-contra-o-pt-pelo-whatsapp.shtml/>>. Acesso em 20 mai. 2022.

O julgamento das AIJEs 0601968-80 e 0601771-28 pode ser considerado um marco importante para a Justiça Eleitoral. Isso porque apesar da legislação eleitoral vigente, existia uma dificuldade geral em enquadrar os fatos que ocorriam pela internet em alguns mandamentos legais.

Para além da tese fixada pelo Tribunal Superior Eleitoral, que será tratado neste capítulo mais à frente, os votos dos ministros demonstram o comprometimento da Justiça Eleitoral com a lisura do processo eleitoral, do Estado Democrático de Direito e com a democracia. Nessa linha, considerando que os ministros Mauro Campbell Marques, Sérgio Banhos, Carlos Horbach, Alexandre de Moraes, Edson Fachin e o então presidente da Corte, Luís Roberto Barroso, votaram no mesmo sentido que o relator, min. Luis Felipe Salomão, para a presente monografia utilizaremos justamente tal voto como objeto de estudo. A partir disso, serão analisadas todas as controvérsias, entendimentos conceituais e legais e, sobretudo, a interpretação do ministro relator acerca do impulsionamento em massa de mensagens nas eleições de 2018.

Para além do relatório, o ministro esclareceu, inicialmente, que entendia ser possível o julgamento dessas ações eleitorais em conjunto. Com fundamento no princípio da economia processual, o ministro esclareceu que as ações tinham como ponto de partida a mesma conduta, ou seja, o disparo em massa de mensagens de *WhatsApp*, durante o período de campanha, em benefício da chapa vencedora das eleições de 2018, possuindo conteúdo desfavorável em relação a seu principal adversário político³⁴.

Na sequência, verifica-se que as preliminares arguidas pelas partes não foram acolhidas. O relator afastou a preliminar de inépcia da inicial, suscitada sob o argumento de que os fatos arguidos na exordial não possuíam indícios probatórios mínimos, já que se pautavam em matérias jornalísticas. Entendeu-se, com base na jurisprudência do TSE, que a autora apresentou lastro probatório mínimo e descreveu os fatos e fundamentos jurídicos de sua pretensão. A preliminar de ilegitimidade passiva do titular da chapa eleita e dos sócios das pessoas jurídicas envolvidas no liame (agências Yacows, Kiplix e AM4) também não foi

³⁴ BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. Julgamento das Ações de Investigação Judicial Eleitoral 0601968-80 e 0601771-28. Diário da Justiça: Brasília, DF, 28 out. 2021, p. 7.

acolhida, sob o argumento de que a descrição fática da petição inicial apresentava, de modo suficiente, a ligação dos agentes com as ilicitudes objeto da lide³⁵.

Na mesma linha, foram afastadas a preliminar de ausência de interesse processual com base na Teoria da Asserção e a preliminar de incompetência da Justiça Eleitoral, já que inexistia impedimento para que a Justiça Especializada obtenha dados sigilosos. Além disso, a preliminar de litispendência com pedido subsidiário de conexão entre as ações restou prejudicada, já que o relator entendeu, de plano, que o julgamento das AIJEs se daria de forma conjunta, frisando que as causas de pedir eram semelhantes, mas não idênticas, além da diferença quantitativa de partes que figuravam no polo passivo. Jair Bolsonaro alegou, preliminarmente, cerceamento de defesa, não tendo o relator acolhido a preliminar, tendo em vista que foi concedido prazo dez vezes superior ao prazo legal para manifestação acerca das provas provenientes dos Inquéritos 4.781 e 4.828. Por fim, a parte autora arguiu preliminarmente a necessidade de produção de novas provas, tendo o relator entendido que as provas pleiteadas seriam imprestáveis para se apurar a gravidade dos fatos narrados na exordial, aspecto central da decisão e que foi enfrentado de maneira detalhada na parte final da fundamentação do voto.

Quanto ao exame do mérito, o relator fixa como ponto controvertido prática de abuso do poder econômico e no uso indevido dos meios de comunicação social, nos termos do art. 22 da LC 64/90, com supedâneo em disparos em massa de mensagens de *WhatsApp*, durante o período de campanha, em benefício da chapa vencedora das Eleições 2018, em prejuízo dos seus principais adversários políticos³⁶.

Na sequência, o ministro aduz que a campanha eleitoral do então candidato à Presidência da República, Jair Messias Bolsonaro, teve como foco a mobilização e captação de votos por meio da utilização de ferramentas tecnológicas, sobretudo a partir das redes sociais e aplicativos de mensagens instantâneas. Embora essa modalidade de campanha não seja ilegal, o relator esclareceu que, ao seu sentir, houve “contornos de ilicitude a partir do momento em que se promoveu o uso dessas ferramentas com objetivo de minar indevidamente candidaturas

³⁵ BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. Julgamento das Ações de Investigação Judicial Eleitoral 0601968-80 e 0601771-28. Diário da Justiça: Brasília, DF, 28 out. 2021, p. 10-11.

³⁶ BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. Julgamento das Ações de Investigação Judicial Eleitoral 0601968-80 e 0601771-28. Diário da Justiça: Brasília, DF, 28 out. 2021, p. 18.

adversárias, em especial a dos segundos colocados”³⁷. Aos olhos do relator, trata-se de fato perceptível a partir das provas produzidas durante a instrução das ações e também de fato notório.

Remetendo-se à prova emprestada produzida na AIJE 0601782-57, o min. Salomão pondera sobre uma importante manifestação do *WhatsApp* sobre como o aplicativo sofreu diversas violações.

O *WhatsApp Inc.* esclareceu expressamente, ter tomado ciência em outubro de 2018 que as empresas Yacows, SMSMarket, Quick Mobile Desenvolvimento e Serviços, as mesmas pessoas jurídicas referidas pela autora nas AIJEs 0601968-80 e 0601771-28, “ofereciam serviços de disparos em massa de mensagens e que isso constituiria afronta aos seus termos de serviços”³⁸. A empresa afirmou que diante de tal constatação, notificou extrajudicialmente cada uma das empresas supramencionadas. A partir dessas notificações, o relator constata, de maneira inequívoca, a ocorrência dos disparos em massa de mensagens pelo *WhatsApp*.

O ministro frisa que a notificação enviada às empresas possuía, em seu conteúdo, trecho do site institucional destas, no qual havia oferecimento expresso do serviço de disparo em massa de campanhas para *WhatsApp*. Assevera, ainda, que entende como preocupante e espantoso o potencial de divulgação do disparo de mensagens em massa através do *WhatsApp*, já que a empresa anunciava que operava em três turnos, com a possibilidade de até 75 mil envios diários de mensagens por *WhatsApp*, sem contar com as republicações orgânicas desse conteúdo impulsionado³⁹.

Continua aduzindo que o *WhatsApp Inc.* informou que, no mês das eleições (outubro de 2018), houve comportamentos concretos que indicavam os disparos em massa pela SMSMarket Soluções Inteligentes Ltda. e pela Yacows Desenvolvimento de Software Ltda., tendo banido a conta dessas empresas.

³⁷ BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. Julgamento das Ações de Investigação Judicial Eleitoral 0601968-80 e 0601771-28. Diário da Justiça: Brasília, DF, 28 out. 2021, p. 19.

³⁸ BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. Julgamento das Ações de Investigação Judicial Eleitoral 0601968-80 e 0601771-28. Diário da Justiça: Brasília, DF, 28 out. 2021, p. 19.

³⁹ BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. Julgamento das Ações de Investigação Judicial Eleitoral 0601968-80 e 0601771-28. Diário da Justiça: Brasília, DF, 28 out. 2021, p. 21.

O relator também faz referência às provas colhidas nos inquéritos 4.781 e 4.828, em trâmite no STF. Argumenta que as provas desses inquéritos, presididos pelo min. Alexandre de Moraes, sejam elas testemunhas ou documentais, apontam que ao menos desde 2017, pessoas próximas do presidente eleito, Jair Messias Bolsonaro, atuavam ativamente na mobilização de eleitores por meio das redes sociais, “tendo como *modus operandi* o ataque a adversários políticos, a candidatos e, mais recentemente, às próprias instituições democráticas”⁴⁰. Nas palavras do relator, “os resultados até aqui são catastróficos, em clara tentativa de deteriorar o ambiente de tranquilidade eleitoral e institucional, construído a duras penas desde a reabertura democrática”⁴¹.

Ato contínuo, assevera alguns trechos de uma decisão proferida pelo min. Alexandre de Moraes no âmbito do Inquérito 4.781:

As provas colhidas e os laudos periciais apresentados nestes autos apontam para a real possibilidade de existência de uma associação criminosa, denominada nos depoimentos dos parlamentares como ‘Gabinete do Ódio’, dedicada a disseminação de notícias falsas, ataques ofensivos a diversas pessoas, às autoridades e às Instituições, dentre elas o Supremo Tribunal Federal, com flagrante conteúdo de ódio, subversão da ordem e incentivo à quebra da normalidade institucional e democrática. As informações até então acostadas aos autos, inclusive laudos técnicos, vão ao encontro dos depoimentos dos Deputados Federais ouvidos em juízo, que corroboram a suspeita da existência dessa associação criminosa, conforme se vê:

(...)

Os investigados apontados na manifestação do Magistrado Instrutor teriam, em tese, ligação direta ou indireta com a associação teriam, em tese, ligação direta ou indireta com a associação criminosa e seu financiamento, pois, avaliando-se o teor de seus criminosos e seu financiamento, pois, avaliando se o teor de seus pronunciamentos e procedimento de divulgação em redes sociais, notam-se indícios de alinhamento de suas mensagens ilícitas com o notam se indícios de alinhamento de suas mensagens ilícitas com o suposto esquema narrado pelos parlamentares ouvidos nestes autos. A suposto esquema narrado pelos parlamentares ouvidos nestes autos. A título de exemplo, destaco:

(...)

Como se vê de tudo até então apresentado, recaem sobre os indivíduos aqui identificados sérias suspeitas de que integrariam esse complexo esquema de disseminação de notícias falsas por intermédio de publicações em redes sociais, atingindo um público diário de milhões de pessoas, expondo a perigo de lesão, com suas notícias ofensivas e fraudulentas, a independência dos poderes e o Estado de Direito. Relatório técnico pericial encartado nestes autos, constatou a existência de um mecanismo coordenado de criação e divulgação das referidas mensagens entre os investigados, conforme se verifica a seguir.

⁴⁰ BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. Julgamento das Ações de Investigação Judicial Eleitoral 0601968-80 e 0601771-28. Diário da Justiça: Brasília, DF, 28 out. 2021, p. 24.

⁴¹ BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. Julgamento das Ações de Investigação Judicial Eleitoral 0601968-80 e 0601771-28. Diário da Justiça: Brasília, DF, 28 out. 2021, p. 25.

O min. relator conclui, então, que “já naquela época havia divulgação coordenada e estruturada de notícias falsas e ataques a candidatos e a instituições, no seio dos mais diversos meios digitais, dentre eles o *WhatsApp*, objeto das AIJEs 0601968-80 e 0601771-28”⁴².

Na sequência do voto, há menção há dois depoimentos prestados por antigos integrantes do governo Jair Bolsonaro no bojo dos inquéritos presididos por Moraes: Joice Hasselmann e Alexandre Frota, então deputados da base bolsonarista.

Joice Hasselmann diz que:

Tomou conhecimento da existência das chamadas fake news à época das eleições de 2018; naquela ocasião parecia-lhe que se época das eleições de 2018 ; naquela ocasião parecia-lhe que se tratava de mero debate político, porque as queixas vinham de setores ideológicos. Algum tempo depois, já tendo tomado posse como ideológicos. Algum tempo depois, já tendo tomado posse como Deputada, percebeu que haviam [sic] pessoas ‘ao lado e dentro’ do Deputada, percebeu que haviam [sic] pessoas ‘ao lado e dentro’ do Governo que estavam se dedicando sistematicamente à Governo que estavam se dedicando sistematicamente à disseminação não só de notícias falsas como também de ameaças.

(...) Indaga [sic] sobre quem seriam as pessoas a que se referiu, (...) Indaga [sic] sobre quem seriam as pessoas a que se referiu, menciona os assessores Tercio Arnaud, José Matheus e Mateus menciona os assessores Tercio Arnaud, José Matheus e Mateus Diniz, todos trabalhando sob a chefia de Filipe Martins, que é Diniz, todos trabalhando sob a chefia de Filipe Martins, que é assessor para assuntos internacionais do Presidente da República, indicado pelo vereador Carlos Bolsonaro. A depoente conhece indicado pelo vereador Carlos Bolsonaro. A depoente conhece pessoalmente todos esses assessores e pode afirmar que a única função pessoalmente todos esses assessores e pode afirmar que a única função que exercem é a de organizar a divulgação de críticas violentas a que exercem é a de organizar a divulgação de críticas violentas a dossiês falsos a quem quer que expresse qualquer discordância ao dossiês falsos a quem quer que expresse qualquer discordância ao Presidente da República, numa verdadeira guerra virtual.

A cúpula dessa organização sabe trabalhar com a construção de narrativas, bem como os canais mais eficazes para sua rápida narrativas, bem como os canais mais eficazes para sua rápida divulgação, contando para isso com o chamado ‘efeito manada’ que atinge pequenos grupos e até indivíduos isolados, amplificando em nível nacional as mensagens ofensivas, calúnias e notícias falsas e em nível nacional as mensagens ofensivas, calúnias e notícias falsas e de ódio contra inúmeras autoridades ou quaisquer pessoas que de ódio contra inúmeras autoridades ou quaisquer pessoas que representem algum incômodo.

(...) uma terceira forma de financiamento é a da aquisição de robôs (...) Esses robôs são utilizados para o disparo de mensagens, ao custo de aproximadamente quinze ou vinte mil reais, utilizando ao custo de aproximadamente quinze ou vinte mil reais, ao custo de aproximadamente quinze ou vinte mil reais, provedores muitas vezes localizados no estrangeiro, por exemplo, em Israel, Rússia e China.

⁴² BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. Julgamento das Ações de Investigação Judicial Eleitoral 0601968-80 e 0601771-28. Diário da Justiça: Brasília, DF, 28 out. 2021, p. 25.

Alexandre Frota também traz importantes esclarecimentos em seu depoimento:

Outro fato que demonstra a existência de uma vasta organização é a disseminação quase que simultânea, em diversos perfis do Twitter, de estados muito distantes, e com textos idênticos, perfis do Twitter, de estados muito distantes, e com textos idênticos, o que ao ver do depoente é a prova cabal da utilização de robôs. (...) o que ao ver do depoente é a prova cabal da utilização de robôs. (...) Indagado sobre a menção que fez na CPMI sobre o impulsionamento Indagado sobre a menção que fez na CPMI sobre o impulsionamento de mensagens no Facebook, o depoente relata que ouviu pela de mensagens no Facebook, o depoente relata que ouviu pela primeira vez falar nesse assunto em um almoço que teve com o primeira vez falar nesse assunto em um almoço que teve com o então candidato Jair Bolsonaro em um restaurante em São Paulo, então candidato Jair Bolsonaro em um restaurante em São Paulo, ao lado do Aeroporto de Congonhas, em que estavam presentes ao lado do Aeroporto de Congonhas, em que estavam presentes também o Vereador Carlos Bolsonaro e o Deputado Federal Eduardo Bolsonaro, além de uma quinta pessoa cujo nome não se Eduardo Bolsonaro , além de uma quinta pessoa cujo nome não se recorda. Nessa ocasião, o Vereador Carlos disse ao seu pai que era recorda. Nessa ocasião, o Vereador Carlos disse ao seu pai que era necessário o impulsionamento no Facebook, ao que o então necessário o impulsionamento no Facebook, ao que o então candidato respondeu que era necessário viabilizar ‘verba’ para candidato respond eu que era necessário viabilizar ‘verba’ para isso, ao que o Vereador Carlos respondeu que para esse fim deviam isso, ao que o Vereador Carlos respondeu que para esse fim deviam procurar o ‘Otávio’; posteriormente o declarante apurou que essa procurar o ‘Otávio’; posteriormente o declarante apurou que essa pessoa era Otávio Fakhoury, advogado e empresário no ramo de pessoa era Otávio Fakhoury, advogado e empresário no ramo de investimentos, que também atuou muitas vezes como intérprete do investimentos, que também atuou muitas vezes como intérprete do então candidato, uma vez que é fluente em inglês.

Diante disso, o relator prossegue seu voto sustentando que “embora no testemunho acima as referências sejam à rede social *Facebook*, no meu modo de pensar elas reforçam a ideia do que estava sendo preparado para as Eleições 2018, no tocante aos demais meios de comunicação digital, incluído o WhatsApp⁴³.

Importante consignar que há dois relatórios mencionados pelo ministro, extraídos dos inquéritos 4.781 e 4.828, que atestam a utilização do *WhatsApp* nas eleições de 2018 para propagação de desinformação em detrimento de candidatos oponentes nas eleições presidenciais:

a) Relatório 022/2020. Constatou se o uso de computadores da Câmara dos Deputados e da Câmara Municipal do Rio de Janeiro para movimentação, em 2017 e ao longo de 2018, de contas em redes sociais “bolsonaristas”, inclusive por Tercio Arnaud Tomaz. O número de acessos foi elevado e ocorreu durante o expediente;

b) Relatório PF 011/2020. Também houve referências às Eleições 2018 e mesmo aos anos de 2016 e 2017. São várias as contas de instagram e facebook ligadas a pessoas

⁴³ BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. Julgamento das Ações de Investigação Judicial Eleitoral 0601968-80 e 0601771-28. Diário da Justiça: Brasília, DF, 28 out. 2021, p. 28

com elo, segundo a Polícia Federal, ao “gabinete do ódio”. Há notícia de inúmeras páginas criadas no fim do primeiro semestre de 2018, ou seja, em período próximo ao início da campanha.

Além disso, o relator sustenta que o relatório produzido pelo *Atlantic Council*⁴⁴ também merece destaque:

No curso de sua campanha de 2018, os rivais políticos de Bolsonaro – incluindo antigos aliados e ex-membros de seu governo – foram visados, sofrendo ataques e assédio online. Esses ataques não diminuíram quando Bolsonaro tomou posse; pelo contrário, foi-lhes dado legitimidade institucional. [...]

Parte da rede foi criada antes da eleições de 2018 e atuou para promover Bolsonaro e atacar seus oponentes durante a campanha, às vezes empregando meios de comunicação hiperpartidários. Esse comportamento é consistente com relatos de como o suposto Gabinete do Ódio opera.

[...]

Nenhuma dessas autoridades [dentre elas o Presidente e os filhos Eduardo e Carlos] teve suas contas pessoais removidas e o facebook não encontrou evidências na plataforma que as conectassem diretamente às contas não autênticas. Os operadores do esquema, no entanto, incluem membros de sua equipe atual e antiga, alguns dos quais tiveram as contas removidas pelo facebook.

[...] Muitas páginas do conjunto eram dedicadas à publicação de memes e conteúdo pró-Bolsonaro enquanto atacavam rivais políticos. Uma dessas páginas foi a página do Instagram @bolsonaronewsss. A página é anônima, mas as informações de registro encontradas no código-fonte da página confirmam que pertencem a Tercio Arnaud. O @bolsonaronewsss tinha 492.000 seguidores e mais de 11.000 posts. [...] O conteúdo era enganoso em muitos casos, empregando uma mistura de meias-verdades para chegar a conclusões falsas.

[...]

Os aliados de Bolsonaro já foram acusados de executar operações de informação, mas esta é a primeira vez que seus funcionários foram achados como ligados a contas inautênticas. Essa rede conduziu uma operação significativa e duradoura, que remonta pelo menos à campanha presidencial de 2018 e acumulou uma audiência de milhões de pessoas, tendo fundiu [sic] um ângulo político e desinformação com o assédio online direcionado – uma receita aparentemente aperfeiçoada pelo suposto Gabinete do Ódio e detalhada no inquérito parlamentar em andamento.

O ministro sustenta que o conjunto probatório das AIJEs 0601968-80 e 0601771-28 não deixa dúvidas de que a campanha dos vencedores das eleições presidenciais de 2018 assumiu teve destaque nos meios digitais, por meio da utilização indevida, dentre outros, do aplicativo de mensagens *Whatsapp* “para promover disparos em massa em benefício de suas candidaturas, valendo-se de estrutura organizada e capilarizada composta por apoiadores e pessoas próximas ao primeiro representado”⁴⁵.

⁴⁴ Athlantic Council é uma entidade independente que manteve parceria com o facebook visando o combate de notícias falsas nas redes sociais.

⁴⁵ BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. Julgamento das Ações de Investigação Judicial Eleitoral 0601968-80 e 0601771-28. Diário da Justiça: Brasília, DF, 28 out. 2021, p. 31.

Passando para os aspectos jurídicos do voto, o relator destaca os bens jurídicos tutelados pela CRFB/88 e pela legislação infraconstitucional quanto à tipificação do ato abusivo. Não obstante, citando Roberto Moreira de Almeida, argumenta que há princípios que norteiam as eleições democráticas, extraídos do art. 1º, II e parágrafo único e do art. 14, § 9º da Constituição brasileira, que impõem a observância às garantias de lisura, de cidadania e de paridade das armas.

Na sequência, sustenta que o art. 14, §9º foi regulado pela Lei de Inelegibilidades. O relator aduz, ainda, que a partir da leitura conjunta dos arts. 19 a 22 da LC 64/1990, extrai-se que os atos atentatórios contra a liberdade do voto serão apurados e punidos visando proteger a normalidade e a legitimidade do pleito, coibindo-se o uso desmedido do poder econômico ou dos meios de comunicação em favor de candidatos.

Nas palavras de Salomão⁴⁶:

Penso não haver margem para dúvida de que constitui ato abusivo, a atrair em tese as sanções eleitorais cabíveis, a promoção de disparos em massa em aplicativos de mensagens instantâneas, fazendo chegar ao eleitorado informações inverídicas e enviesadas a respeito de adversários políticos e em contexto no qual determinado candidato sobrevenha como beneficiário dessa prática.

À semelhança do abuso de poder, nos moldes acima, penso ser plenamente viável enquadrar disparos em massa, mediante uso de ferramentas tecnológicas de mensagens instantâneas, como uso indevido dos meios de comunicação social de acordo com o caso.

Rememoro que o uso indevido dos meios de comunicação social caracteriza-se por se expor desproporcionalmente um candidato em detrimento dos demais, ocasionando desequilíbrio na disputa (AgR-REspe 1-76/SP, Rel. Min. Jorge Mussi, DJE de 15/8/2019; REspe 477-36/MG, Rel. Min. Admar Gonzaga; DJE de 25/9/2018; AgR-RO 2240-11/AL, Rel. Min. Napoleão Nunes Maia Filho, DJE de 18/12/2017; RO 4573-27/MG, Rel. Min. Gilmar Mendes, DJE de 26/9/2016; Respe 4709-68/RN, Rel. Min. Nancy Andrighi, DJE de 20/6/2012, dentre outros).

Além disso, sustenta que as redes sociais e os aplicativos de mensagem se enquadram no conceito de “veículos ou meios de comunicação” previsto no art. 22 da LC 64/1990. Aduz que ao trazer tipo aberto e se referir a “meios de comunicação social”, a Lei de Inelegibilidades “permite enquadrar como ilícitas condutas praticadas por intermédio de instrumentos de comunicação de difusão em massa, dentre os quais se enquadram a toda evidência os aplicativos de mensagens instantâneas”.

⁴⁶ BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. Julgamento das Ações de Investigação Judicial Eleitoral 0601968-80 e 0601771-28. Diário da Justiça: Brasília, DF, 28 out. 2021, p. 35.

Também aduz que a Resolução 23.610 do TSE, de 18/12/2019, nos arts. 29, 31 e 41, trata da vedação da campanha eleitoral paga na internet. Menciona que restava vedada a propaganda paga na internet, com exceção do impulsionamento nas hipóteses lá mencionadas, com identificação plena daqueles que utilizavam esse mecanismo, além de vedação aos elencados no art. 24 da Lei 9.504/97 e às pessoas jurídicas de direito privado, o tratamento de dados pessoais dos seus clientes, em favor de candidatos, partidos políticos ou coligações.

Ato contínuo, o ministro, por considerar a temática relevante e inédita, sugere a fixação da tese no sentido de que “a exacerbação do uso de aplicativos de mensagens instantâneas para realizar disparos em massa, promovendo desinformação, diretamente por candidato ou em seu benefício e em prejuízo de adversários políticos, pode configurar abuso do poder econômico e uso indevido dos meios de comunicação social, nos termos do art. 22 da LC 64/90, a depender da gravidade da conduta, que será examinada em cada caso concreto”⁴⁷.

Sobre a gravidade da conduta, Luis Felipe Salomão entende que deve ser aferida a partir dos seguintes parâmetros: a) teor das mensagens e se continham propaganda negativa ou informações efetivamente inverídicas; b) de que forma o conteúdo repercutiu perante o eleitorado; c) alcance do ilícito em termos de mensagens veiculadas; d) grau de participação dos candidatos nos fatos e e) se a campanha foi financiada por empresas com essa finalidade.

Argumenta que nos termos do art. 22, XVI da LC 64/1990, para se configurar ato abusivo não se exige a “potencialidade de o fato alterar o resultado da eleição”, mas a “gravidade das circunstâncias que o caracterizam”⁴⁸. Dessa forma, menciona que a gravidade deve ser aferida a partir de aspectos qualitativos e quantitativos associadas ao grau de reprovabilidade e na magnitude da influência na disputa, gerando desequilíbrio, nos termos do julgamento da AIJE 0601754-89/DF.

Sustenta, ainda, que a jurisprudência caminha no sentido de que o conjunto indiciário de uma ação não se qualifica como presuntivo e que não se pode concluir automaticamente, a partir

⁴⁷ Oliveira, A. S., & Gomes, P. O. (2019). Os limites da liberdade de expressão: fake news como ameaça a democracia. *Revista De Direitos E Garantias Fundamentais*, v. 20, n. 2. p. 93-118. DOI: <https://doi.org/10.18759/rdgf.v20i2.1645>

⁴⁸ Art. 22 [...] XVI – para a configuração do ato abusivo, não será considerada a potencialidade de o fato alterar o resultado da eleição, mas apenas a gravidade das circunstâncias que o caracterizam.

dos indícios dos autos, que o requisito de gravidade foi preenchido para fins do abuso do poder econômico e do uso indevido dos meios de comunicação social. Em suas palavras: “Com efeito, de início, não é possível extrair dos autos, mediante lastro probatório minimamente seguro, o teor das mensagens (item “a” acima), o modo pelo qual o conteúdo repercutiu perante o eleitorado (item “b”) e o alcance do ilícito em termos de disparos efetuados (item ‘c’)”⁴⁹.

Menciona que o *WhatsApp*, em sua manifestação, esclarece que o armazenamento de registros dos usuários ocorre, de forma limitada, e pelo prazo de seis meses, sendo impossível saber o exato teor das mensagens, o modo pelo qual o conteúdo repercutiu perante o eleitorado e seu alcance quanto aos disparos efetuados. Argumenta, já caminhando para o fim do voto, que as provas que a parte autora pretendia produzir em nada contribuíram para o esclarecimento acerca da gravidade dos fatos, o que também prolongaria o feito, não sendo razoável diante do princípio da celeridade processual. Também sustentou que não seria possível extrair dos autos a prática da conduta por empresas e que, não obstante, que a parte demandante se limitou a apontar matérias jornalísticas, não colacionando elementos efetivamente elucidativos, como por exemplo *prints* de mensagens de *WhatsApp* recebidas por terceiros.

Ante o exposto, o ministro relator Luis Felipe Salomão votou pela improcedência dos pedidos formulados nas AIJEs 0601968-80 a 0601771-28. O relator foi seguido por seus pares, que votaram unanimemente pela improcedência do pleito das referidas ações.

Apesar disso, na mesma sessão, por maioria de votos (6x1), a Corte fixou a tese proposta por Salomão, no sentido de que “o uso de aplicações digitais de mensagens instantâneas visando promover disparos em massa contendo desinformação e inverdades em prejuízo de adversários e em benefício de candidato pode configurar abuso de poder econômico e uso indevido dos meios de comunicação social, nos termos do artigo 22 da LC 64/1990, a depender da efetiva gravidade da conduta, que será examinada em cada caso concreto”. Frisa-se que o min. Carlos Horbach restou vencido neste ponto.

Em primeiro plano, interessante notar o julgamento das AIJEs 0601968-80 a 0601771-28 trazem uma resposta inédita do TSE frente à propagação de *fake news* em massa e a utilização de modo abusivo de aplicativos de mensagens no contexto da propaganda eleitoral. Havia, ao

⁴⁹ BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. Julgamento das Ações de Investigação Judicial Eleitoral 0601968-80 e 0601771-28. Diário da Justiça: Brasília, DF, 28 out. 2021, p. 44.

menos, dois desdobramentos centrais que estavam em jogo neste julgamento: a cassação da chapa Bolsonaro-Mourão após a divulgação de todo o esquema de disparo de mensagens em massa e a necessidade de fixação de um precedente sobre essa prática. Ou seja: havia um desdobramento imediato, diretamente atrelado ao afastamento de um presidente eleito com mais de 55 milhões de votos⁵⁰ e uma segunda consequência, fundamental para regulação de um assunto que impacta tanto no processo eleitoral, que é delimitação da ilicitude dos disparos em massa como abuso do poder econômico, nos termos do art. 22 da LC 64/90.

As provas das ilicitudes praticadas são robustas. Os documentos dos inquéritos 4.781 e 4.828, utilizados como prova emprestada e que foram enviados pelo min. Alexandre de Moraes, demonstram que a campanha político-eleitoral de Bolsonaro, antes mesmo de 2018, já possuía contorno predominantemente virtual, especificamente com a utilização organizada das redes sociais.

Depoimentos de ex-integrantes da base governista pontuam detalhadamente como se operava a organização da disseminação de desinformação e do ataque virtual à adversários políticos. Além disso, o *WhatsApp* confirmou que as empresas que figuram no polo passivo das AIJEs foram notificadas e tiveram suas contas suspensas por violação dos termos de uso do aplicativo. Na notificação extrajudicial, o *WhatsApp* menciona expressamente o *website* institucional das empresas, que oferece de maneira clara o serviço de disparos em massa pelo aplicativo. O próprio relator menciona que havia uma divulgação coordenada e estrutura de notícia falsas e ataques a candidatos e a instituições, no seio dos mais diversos meios digitais, dentre eles o *WhatsApp*, objeto das AIJEs.

Não obstante, relatórios da Polícia Federal apontam que computadores da Câmara dos Deputados e da Câmara Municipal do Rio de Janeiro foram utilizados, entre 2017 e 2018, para movimentação de contas em redes sociais bolsonaristas. A PF também concluiu que houve referências às eleições de 2018 a partir de contas no *Instagram* e *Facebook* associadas a pessoas que fariam parte do denominado “gabinete do ódio”. Diversas páginas foram criadas no início

⁵⁰ MAZUI, Guilherme. Jair Bolsonaro é eleito presidente e interrompe série de vitórias do PT. O Globo, São Paulo, 28 out. 2018. Disponível em <<https://g1.globo.com/politica/eleicoes/2018/noticia/2018/10/28/jair-bolsonaro-e-eleito-presidente-e-interrompe-serie-de-vitorias-do-pt.ghtml/>>. Acesso em 23 mai. 2022.

de 2018 para este fim, ou seja, no período imediatamente anterior ao início da campanha eleitoral de 2018.

Também há um relatório, elaborado pelo *Atlantic Council*, indicando que as redes sociais foram utilizadas para promover ataques à adversários políticos durante as eleições de 2018.

Apesar disso, o argumento central do ministro relator Luis Felipe Salomão para julgar os pedidos autorais improcedentes teve como base a não comprovação da gravidade dos fatos. Na prática, entendeu-se que os demais requisitos do art. 22 da LC 64/1990 foram devidamente preenchidos, pois se entendeu que era possível enquadrar condutas no conceito de abuso do poder econômico ou de uso indevido dos meios de comunicação social. O ministro, no entanto, entendeu que a gravidade dos fatos não poderia ser aferida tão somente a partir de notícias jornalísticas, frisando que as provas que a parte autora pretendia produzir em nada contribuiriam para a apuração da gravidade dos fatos.

Diante disso, fixou alguns critérios para verificação da gravidade: (a) teor das mensagens e, nesse contexto, se continham propaganda negativa ou informações efetivamente inverídicas (b) de que forma o conteúdo repercutiu perante o eleitorado (c) alcance do ilícito em termos de mensagens veiculadas (d) grau de participação dos candidatos nos fatos (e) se a campanha foi financiada por empresas com essa finalidade⁵¹.

Nesse sentido, de fato o teor das mensagens não foi expressamente colacionado pela parte autora. No entanto, trata-se de prova quase impossível de ser produzida. Curioso notar que o relator, ao final do voto, menciona que a parte autora poderia ter colacionado *prints* como prova das ilicitudes. Mas indaga-se: até que pontos os *prints* seriam capazes de demonstrar a forma que o conteúdo repercutiu diante do eleitorado? Frisa-se que Jair Bolsonaro foi eleito com mais de 50 milhões de votos, o que aumenta exponencialmente o espaço amostral dessa análise.

O alcance do ilícito em termos de mensagens vinculadas, também apontado pelo relator como um dos requisitos para se apurar a gravidade dos fatos, poderia ser apurado através da atuação da Polícia Federal nessas agências de *marketings*. Seria possível, por exemplo, apurar quantos disparos eram feitos por dia em média, o que contribuiria na análise da dimensão do

⁵¹ BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. Julgamento das Ações de Investigação Judicial Eleitoral 0601968-80 e 0601771-28. Diário da Justiça: Brasília, DF, 28 out. 2021, p. 41.

alcance dessa tática eleitoral. Já o grau de participação dos candidatos não parece algo tão primordial, tendo em vista que o abuso do poder econômico independente da ciência do candidato favorecido. Por último, entende-se o item “e” poderia ser aferido através das quebras de sigilo bancário e fiscal, já que através dos valores pagos e recebidos existiria ao menos a possibilidade de se compreender quem efetivamente financiou e aprofundar a investigação.

O ministro não acolhe a preliminar de produção de provas da parte autora por entender que a pretensão não teria o condão de contribuir para a mensuração da gravidade dos fatos narrados. E é justamente no tocante às provas que reside um dos pontos mais importantes do referido voto.

Muito embora o relator tenha arguido, de início, que não há nenhum impedimento para que sejam produzidas provas mais elaboradas na justiça especializada, na prática, é exatamente o que se percebe. No livro *“fake news e eleições: estudo sociojurídico sobre política, comunicação digital e regulação no Brasil”*, os autores Diana Togni Saba et al, mencionam que:

Essas decisões são emblemáticas e corroboram as conclusões já extraídas dos tópicos precedentes acerca do posicionamento da Justiça Eleitoral em relação às notícias falsas. Primeiramente, comprova-se a inadequação dos instrumentos processuais eleitorais ora à disposição para o combate da mentira deliberadamente disseminada com vistas a influenciar o resultado das eleições. Exigir que os interessados produzam extrajudicialmente provas para a comprovação da disseminação de notícias falsas é impor a essas partes uma prova impossível, pois isso depende, em grande parte, da quebra de sigilos, ao mínimo comunicativos. Em segundo lugar, as decisões comprovam a deferência da Justiça Eleitoral a soluções legislativas, ao reconhecer-se o problema decorrente da inadequação do procedimento das AIJEs para enfrentamento da questão, mas submetendo a questão a uma solução legislativa. Simultaneamente, esta situação de imbróglio e dificuldade de atuação judicial se revela como uma estratégia eleitoral interessante, sobretudo diante da dificuldade e prevenção dos disparos diante da decisão judicial e das limitações processuais de produção de provas.

Ademais, verifica-se, na prática, a dificuldade em comprovar-se tanto a propagação de *fake news* quanto os seus responsáveis, dado se tratar de ilícito disseminado de forma indireta pelo envio de mensagens a diversas pessoas que não necessariamente terão ciência de que mensagens idênticas foram encaminhadas a outros e que podem, elas mesmas, contribuir para essa disseminação através do encaminhamento dessas mensagens.

De fato, seria praticamente impossível que a parte autora comprovasse, da maneira sugerida, o teor das mensagens disparadas em massa pelas agências de *marketing*. Nesse ínterim, há um obstáculo para a produção de provas que foi, inclusive, citado no voto do relator,

que é o lapso temporal. O ministro assume que “de outra parte, é interessante observar alguns aspectos quanto ao trâmite das ações que ora estão sendo julgadas, adentrando se o terceiro ano do mandato presidencial da chapa eleita em 2018” (SALOMÃO, Luís Felipe, 2021, p. 49-50). Ou seja, ainda que a Corte assumisse a possibilidade de se apurar os fatos da exordial de maneira assertiva a partir da produção de novas provas, é fato notório e inegável que Jair Bolsonaro já havia cumprido mais da metade de seu mandato à época do julgamento, somando-se a isso toda a pressão político-social externa ante a possibilidade de cassação da chapa vencedora do pleito.

O Tribunal Superior Eleitoral, diante de fatos complexos e de difícil comprovação, se viu em um dilema do qual não poderia se furtar. É papel do Tribunal garantir a lisura das eleições, o direito ao voto livre e a normalidade democrática atrelada ao processo eleitoral. Optou, então, por uma postura conservadora do ponto de vista da interferência no resultado do pleito eleitoral, mas sem deixar de fixar um entendimento robusto a respeito do tema, que é tão caro à democracia. Firmou-se dessa forma a tese já mencionada, que servirá para julgamento de casos análogos e, sem dúvida, guiará a postura do Tribunal diante desse sensível tema. Os autores Diana Togni Saba et al (2021), sustentam que:

Por outro lado, a decisão do TSE é consistente com seu posicionamento de autocontenção quanto à interferência no processo eleitoral, relegado à ultima ratio, medida aplicável apenas quando houver elementos claros da falsidade das mensagens encaminhadas e da lesão à honra dos concorrentes. Tampouco é surpreendente a decisão quanto à posição de cautela na quebra de sigilos constitucionais, dado o histórico da Corte.

Desse modo, muito embora tenha optado por não cassar a chapa eleita, a Corte fixou um entendimento de extrema relevância para contenção da propagação de desinformação eleitoral no país, algo que, além de inédito, põe o Tribunal em alinhamento com os entraves democráticos de seu tempo.

CONCLUSÃO

Como demonstrado ao longo do trabalho, as *fake news* não são uma invenção do século XXI. Contudo, a partir da modernização da maneira de se fazer campanha, a propagação de notícias falsas, associada à possibilidade de escala proveniente dos aplicativos de mensagem, passa a ter um novo tom. Muito mais que mensagens avulsas e mentirosas que visam atacar um oponente político, as *fake news*, no âmbito eleitoral, passa a ter contorno tático, organizado e financiado.

Estudou-se a importância de não confundir e tratar as *fake news* como sinônimo de toda e qualquer notícia imprecisa ou equivocada, delimitando conceitualmente essa prática e frisando que já foi usada anteriormente na histórica política nacional.

Na sequência, passou-se a compreender de maneira prática os impactos dessa forma de fazer campanha, que apresenta dimensões multifacetadas e uma capacidade de influência quase que imensurável. As eleições de 2018 trouxeram à tona essa nova engrenagem do processo eleitoral, mostrando que além da influência da TV e do rádio, a internet e as redes sociais passavam a ter uma relevância inquestionável para a escolha dos políticos que decidiriam os rumos do país. É justamente a partir das eleições de 2018 que o tema *fake news* e democracia passa a ter especial preponderância, notando-se que diversos elementos fáticos-probatórios apontam que Jair Bolsonaro, antes mesmo das eleições, já era beneficiado com a propagação de desinformação pelas redes. Os inquéritos que tramitam no STF possuem provas irrefutáveis sobre tal aspecto.

Por último, notou-se que o TSE encontrou alguns entraves no julgamento das AIJEs 0601968-80 e 601771-28. Além da dificuldade de comprovar efetivamente a gravidade das condutas praticadas diante de um tema inédito e complexo – o que impediu a cassação da chapa vencedora das eleições –, o Tribunal se viu em julgamento já passados 3/5 de governo da chapa vencedora, o que certamente aumenta a pressão política e social sobre qual seria a postura da Corte. Apesar dos depoimentos, das provas documentais enviadas pelo min. Alexandre de Moraes e de todo arcabouço probatório que delineava o *modus operandi* de se fazer campanha em favor da chapa vencedora, o Tribunal entendeu pela não cassação da chapa Bolsonaro-

Mourão, mas, em contrapartida, deixou um recado claro às eleições futuras: esse tipo de abuso de poder econômico não será mais tolerado.

A fixação desse precedente a partir da tese sugerida pelo min. Relator pode ser considerada um marco no tratamento dos disparos em massa por aplicativos de mensagens no contexto eleitoral. A Corte delimitou um limite bastante claro sobre a impossibilidade de financiamento desses disparos, o que vem sendo acompanhado por resoluções do próprio TSE, a exemplo da Resolução 23.610.

Apesar da não responsabilização de diversos empresários e políticos por falta de provas, espera-se que em casos futuros a Corte, assim como eventuais demandantes, possa compreender de maneira mais precisa a necessidade de produção de provas capazes de contribuir para a aferição da gravidade das condutas, observando-se os critérios fixados por Salomão: (a) teor das mensagens e, nesse contexto, se continham propaganda negativa ou informações efetivamente inverídicas; (b) de que forma o conteúdo repercutiu perante o eleitorado; (c) alcance do ilícito em termos de mensagens veiculadas; (d) grau de participação dos candidatos nos fatos; (e) se a campanha foi financiada por empresas com essa finalidade.

Diante do exposto, percebe-se que apesar dos esforços do Tribunal, há uma dificuldade fática para se investigar, apurar e responsabilizar àqueles que utilizam e são beneficiados com as *fake news* e os disparos em massa pelas redes sociais, tendo como um dos principais obstáculos o lapso temporal para concluir o julgamento ante o decurso do mandato e a produção de provas. Espera-se, no entanto, que a fixação da tese atrelada ao disparo em massa de mensagens instantâneas seja possível combater de maneira mais célere e eficaz a propagação das *fake news* como tática eleitoral, garantindo a normalidade e a lisura do processo eleitoral brasileiro.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

<<http://portal.mackenzie.br/fakenews/noticias/arquivo/artigo/o-que-e-fake-news/>>. Acesso em: 26 abri. 2022.

ABRAMO, Perseu, et al. **Padrões de manipulação na grande imprensa**. 2. ed. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2016.

AGRELA, Lucas. **Brasil é segundo país que mais usa TikTok no mundo**. Exame, São Paulo, 28 set. 2021. Disponível em: <<https://exame.com/tecnologia/brasil-e-segundo-pais-que-mais-usa-tiktok-no-mundo/>>. Acesso em 02 mai. 2022.

ARENDT, Hannah. **The Origins of Totalitarianism**. New York. Mariner Books, 21 mar. 1973. Part 3, Ch. 2, p. 80.

BAPTISTA, Renata Ribeiro; AGUIAR, Júlio César de. **Fake news, eleições e comportamento**. Revista Direito, Estado e Sociedade, Ahead of print, 2020. DOI: <https://doi.org/10.17808/des.0.1320>.

Bolsonaro diz que veículos de imprensa “são fábricas de fake news”. Poder 360, 15 fev. 2021. Disponível em <<https://www.poder360.com.br/governo/bolsonaro-diz-que-veiculos-de-imprensa-sao-fabricas-de-fake-news/>>. Acesso em 17 de mai. 2022.

Brasil é o país que mais acredita em fake news no mundo. Terra Brasil, 5 out. 2018. Disponível em: <<https://www.terra.com.br/noticias/dino/brasil-e-o-pais-que-mais-acredita-em-fake-news-no-mundo,acbdeccec78a0351201bafd2285942a0b1ehpqxx.html/>>. Acesso em 09 mai. 2022.

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Disponível em:<http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm>. Acesso em: 06 mai. 2022.

BRASIL. Lei Complementar nº 64/1990, de 18 de maio de 1990. **Estabelece, de acordo com o art. 14, § 9º da Constituição Federal, casos de inelegibilidade, prazos de cessação, e determina outras providências**. Diário Oficial da União, [S. l.], 21 maio 1990.

BRASIL. Lei nº 12.965/2014, de 23 de abril de 2014. **Estabelece princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da Internet no Brasil**. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 24 abr. 2014.

BRASIL. Lei nº 13.877, de 27 de setembro de 2019. **Altera as Leis nos 9.096, de 19 de setembro de 1995, 9.504, de 30 setembro de 1997, 4.737, de 15 de julho de 1965 (Código Eleitoral), 13.831, de 17 de maio de 2019, e a Consolidação das Leis do Trabalho, aprovada pelo Decreto-Lei nº 5.452, de 1º de maio de 1943, para dispor sobre regras aplicadas às**

eleições; revoga dispositivo da Lei nº 13.488, de 6 de outubro de 2017; e dá outras providências. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 13 dez. 2019.

BRASIL. Lei nº 13.878/2019, de 3 de outubro de 2019. **Altera a Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997, a fim de estabelecer os limites de gastos de campanha para as eleições municipais.** Diário Oficial da União, Brasília, DF, 3 out. 2019.

BRASIL. Lei nº 4.737/1965, de 15 de julho de 1965. **Institui o Código Eleitoral.** Diário Oficial da União, Brasília, DF, 15 jul. 1965.

BRASIL. Lei nº 9.096/1995, de 19 de setembro de 1995. **Dispõe sobre partidos políticos, regulamenta os arts. 17 e 14, § 3º, inciso V, da Constituição Federal.** Diário Oficial da União, Brasília, DF, 20 set. 1995.

BRASIL. Lei nº 9.096/1995, de 19 de setembro de 1995. **Dispõe sobre partidos políticos, regulamenta os arts. 17 e 14, § 3º, inciso V, da Constituição Federal.** Diário Oficial da União, [S. l.], 20 set. 1995.

BRASIL. Lei nº 9.504/1997, de 30 de julho de 1997. **Estabelece normas para as eleições.** Diário Oficial da União, Brasília, DF, 1 out. 1997.

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. **Ação de investigação judicial eleitoral.** Disponível em <<https://www.tse.jus.br/eleitor/glossario/>>. Acesso em 08 mai. 2022.

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. Código eleitoral anotado e legislação complementar. 12. ed. Brasília: TSE, 2016.

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. **Conheça a diferença entre Aije e Aime.** Disponível em <https://www.tse.jus.br/imprensa/noticias-tse/2021/Abril/conheca-a-diferenca-entre-aije-e-aime/>>. Acesso em 20 mai. 2022.

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. Julgamento das Ações de Investigação Judicial Eleitoral 0601968-80 a 0601771-28. *Diário da Justiça*: Brasília, DF, 28 out. 2021.

CAMPOS MELLO, Patrícia. **2 em cada 3 receberam fake news nas últimas eleições.** Folha, São Paulo, 19 mai. 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: 26 mai. 2022.

DIAS, Jefferson A. SILVA, Fabiano F. **Bots, Fake News, Fake Faces, Deepfakes e sua eventual influência no processo eleitoral democrático.** Revista Pensar, Qualis A1, vol. 26, nº 3. 2021.

Empresários bancam campanha contra o PT pelo WhatsApp. Folha, São Paulo. 18 out. 2018. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/10/empresarios-bancam-campanha-contr-o-pt-pelo-whatsapp.shtml/>>. Acesso em 20 mai. 2022.

FAKE NEWS. *In: Dicionário Cambridge.* Inglaterra, Cambridge University. Disponível em <<https://dictionary.cambridge.org/us/dictionary/english/fake-news/>>. Acesso em 30 abr. 2022.

GELFERT, Axel. **Fake News: a definition.** *Informal Logic*, Windsor, v. 38, n. 1, pp. 84-117, 2018.

GOMES, José Jairo. **Direito eleitoral.** 14. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo. Editora Atlas: 2018.

GRAGNANI, Juliana. **Como identificar os diferentes tipos de fakes e robôs que atuam nas redes.** BBC Brasil em Londres, 16 abr. 2017. Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/brasil-42172154/>>. Acesso em 02 mai. 2022.

LAFER, Celso. **O Significado de República. República.** Revista Estudos Históricos. v. 2, n. 4. 01 dez. 1989, p. 215.

LAVARDA, S; SANCHONETE, C; SILVEIRA, A. **Quando as notícias mais compartilhadas são falsas: a circulação de boatos durante a semana do Impeachment no Facebook.** Actas do XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, São Paulo, set. 2016, p.1-15

LEAL, Gabriel de Souza. **A propaganda eleitoral após as alterações introduzidas pelas leis nº 12.891/2013 e nº 13.165/2015.** Estudos Eleitorais, Brasília, v. 11, n. 3, p. 70-93, set./dez. 2016.

LIMA, Luciana. **Fraude com CPF viabilizou disparo de mensagens de WhatsApp na eleição.** Folha, São Paulo, 02 dez. 2018. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/12/fraude-com-cpf-viabilizou-disparo-de-mensagens-de-whatsapp-na-eleicao.shtml/>>. Acesso em 20 mai. 2022.

MAZUI, Guilherme. **Jair Bolsonaro é eleito presidente e interrompe série de vitórias do PT.** O Globo, São Paulo, 28 out. 2018. Disponível em <<https://g1.globo.com/politica/eleicoes/2018/noticia/2018/10/28/jair-bolsonaro-e-eleito-presidente-e-interrompe-serie-de-vitorias-do-pt.ghtml/>>. Acesso em 23 mai. 2022.

MELLO, Patrícia C. **A máquina do ódio: Notas de uma repórter sobre fake news e violência digital.** 1ª ed. São Paulo: Companhia das Letras, 30 jul. 2020.

MENEZES, Paulo Brasil. **Fake news: modernidade, metodologia e regulação.** 2. Ed. São Paulo: Editora Juspodivm, 2021.

MODELLI, Laís. **Relembre as mentiras mais famosas de Trump.** O Globo, São Paulo. 09 nov. 2020. Disponível em: <<https://g1.globo.com/mundo/eleicoes-nos-eua/2020/noticia/2020/11/09/relembre-as-mentiras-mais-famosas-de-trump.ghtml/>>. Acesso em 01 mai. 2022.

Oliveira, A. S., & Gomes, P. O. (2019). **Os limites da liberdade de expressão: fake news como ameaça a democracia.** Revista De Direitos E Garantias Fundamentais, v. 20, n. 2. p. 93-118. DOI: <https://doi.org/10.18759/rdgf.v20i2.1645>

PAIVA, Fernando. Panorama *Mobile Time/Opinion Box – Uso de apps no Brasil*. Mobile Time, São Paulo, dez. 2021. Disponível em <<https://www.mobiletime.com.br/pesquisas/>>. Acesso em: 27 mai. 2022.

PARET, Benito. **Marmiteiros e fake news**. O Globo, São Paulo, 24. Fev. 2018. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/opiniao/marmiteiros-fake-news-22427794/>>. Acesso em 30. abr. 2022.

RAIS, Diogo. **O que é Fake News**. Mackenzie, São Paulo, 13 abr. 2017. Disponível em: SARLET, Ingo Wolfgang; SIQUEIRA, Andressa de Bittencourt. **Liberdade de expressão e seus limites numa democracia: o caso das assim chamadas "fake news" nas redes sociais em período eleitoral no Brasil**. Revista Estudos Institucionais, Rio de Janeiro, v. 6, n. 2, maio/ago. 2020, p. 534-578. DOI: 10.21783/rei.v6i2.522.

SERRANO, Luiz Roberto. **Brexit: a ilusão de uma volta aos tempos do império**. Jornal da USP, 03 fev. 2020. Disponível em <<https://jornal.usp.br/artigos/brexit-a-ilusao-de-uma-volta-aos-tempos-do-imperio/>>. Acesso em 31 abr. 2022.

TIC DOMICÍLIOS 2019. Pesquisa sobre o Uso das Tecnologias de Informação e Comunicação nos Domicílios Brasileiros. 29 mai. 2020.

TOGNI, Diana Saba et al. **Fake news e eleições: estudo sociojurídico sobre política, comunicação digital e regulação no Brasil**. 1. ed. Porto Alegre: Editora Fi, 2021.

TORTELLA, Thiago. **Invasão do Capitólio completa um ano: relembre o ataque à democracia dos EUA**. CNN, 06 jan. 2022. Disponível em <<https://www.cnnbrasil.com.br/internacional/invasao-ao-capitolio-completa-um-ano-relembre-o-ataque-a-democracia-dos-eua/>>.

Tribunal Superior Eleitoral. Resolução nº 23.608/2019/DF. Min. Luís Roberto Barroso, publicado no DJE-TSE, nº 249, de 27.12.2019, p. 97-109, republicado no DJE-TSE, nº 165, de 19.8.2020, p. 89-105, republicado* no DJE-TSE, nº 37, de 7.3.2022, p. 1-18 e republicado no DJE-TSE, nº 45, de 16.3.2022, p. 47-64. Disponível em: <www.tse.gov.br/>. Acesso em: 26 mai. 2022.

Tribunal Superior Eleitoral. Resolução nº 23.671/2021/DF. Min. Edson Fachin, publicado no DJE-TSE, nº 236, de 23.12.2021, p. 1-21. Disponível em: <www.tse.gov.br/>. Acesso em: 26 mai. 2022.

Tribunal Superior Eleitoral. Resolução nº 23.672/2021/DF. Min. Edson Fachin, publicado no DJE-TSE, nº 236, de 23.12.2021, p. 132-146 e republicado no DJE-TSE, nº 24, de 17.2.2022, p. 171-187. Disponível em: <www.tse.gov.br/>. Acesso em: 26 mai. 2022.

VAROL, Onur et al. Online **human-bot interactions: Detection, estimation, and characterization**. In: **Proceedings of the international AAAI conference on web and social media**. 2017.

WARDLEY, Claire. Fake news, it's complicated. **First Draft News**, Cambridge, 16 fev. 2017. Disponível em: <<https://firstdraftnews.org/fake-news-complicated/>>. Acesso em: 28 abri. 2022.