

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

**FAKE NEWS, CONSEQUÊNCIAS,
FORMAS DE ENFRENTAMENTO
E RESPONSABILIZAÇÃO**

SIDNEY PEREIRA DA SILVA

RIO DE JANEIRO

2022

SIDNEY PEREIRA DA SILVA

**FAKE NEWS, CONSEQUÊNCIAS,
FORMAS DE ENFRENTAMENTO
E RESPONSABILIZAÇÃO**

Monografia de final de curso apresentada à Faculdade de Direito da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como pré-requisito para obtenção do título de Bacharel em Direito, sob orientação da Prof^a Doutora Daniela Silva Fontoura de Barcellos.

RIO DE JANEIRO

2022

CIP - Catalogação na Publicação

P436f Pereira da Silva, Sidney
 FAKE NEWS, CONSEQUÊNCIAS, FORMAS DE
 ENFRENTAMENTO E RESPONSABILIZAÇÃO / Sidney Pereira
 da Silva. -- Rio de Janeiro, 2022.
 43 f.

 Orientadora: Daniela Silva Fontoura de Barcellos.
 Trabalho de conclusão de curso (graduação) -
 Universidade Federal do Rio de Janeiro, Faculdade
 Nacional de Direito, Bacharel em Direito, 2022.

 1. Fake News. 2. Pós-verdade. 3. Desinformação. I.
 de Barcellos, Daniela Silva Fontoura, orient. II.
 Título.

SIDNEY PEREIRA DA SILVA

**FAKE NEWS, CONSEQUÊNCIAS,
FORMAS DE ENFRENTAMENTO
E RESPONSABILIZAÇÃO**

Monografia de final de curso apresentada à Faculdade de Direito da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como pré-requisito para obtenção do título de Bacharel em Direito, sob orientação da Prof^a Doutora Daniela Silva Fontoura de Barcellos.

Data da aprovação: 21/12/2022.

Banca Examinadora:

Doutora Daniela Silva Fontoura de Barcellos

Orientadora

Doutora Rosane Teresinha Porto

Membro da Banca

Mestre Carolina Silvino de Sá Palmeira

Membro da Banca

RIO DE JANEIRO

2022

RESUMO

Em todo o mundo, por causa da consolidação das redes sociais, seja por meio de sites onde as pessoas postam variadas informações em texto, foto, áudio e vídeo, tais como o *Facebook*, *Instagram*, *Twitter* e outros, seja nas redes sociais formadas por grupos diversos nos aplicativos de comunicação rápida, tais como o *WhatsApp* e o *Telegram*, a informação, a notícia, os fatos verdadeiros e também as mentiras, ganharam poder nunca antes imaginado, em termos de alcance e profundidade em todas as camadas da sociedade. Poder de mobilização, de alienação, de união, de polarização entre outros.

Surgiu a pós-verdade e as tão famosas *fake news*, que se proliferaram em larga escala e se reproduzem tão rapidamente que seu impacto social e a preocupação de governos e diversas instituições extrapola as fronteiras nacionais e internacionais, por parte de diferentes segmentos sociais e profissionais: jornalismo, academia, cientistas e, no caso desse estudo, juristas e órgãos de justiça.

Assim, a principal indagação que se levanta nessa pesquisa é sobre a existência e quais seriam os meios jurídicos para permitir a contenção desse fenômeno: as *fake news*; se seriam meios suficientes e adequados; se são capazes de controlar a produção das mentiras pelo menos em patamares que impactem menos a sociedade, seja no plano dos prejuízos causados ao cidadão comum, no seu dia-a-dia, seja no âmbito das instituições, das eleições para cargos públicos, em especial, para chefes do Poder Executivo.

Palavras-chave: Pós-verdade; *Fake News*; Redes Sociais; Internet e Justiça; Liberdade de Expressão; *Deep Web*.

ABSTRACT

All over the world, because of the consolidation of social networks, either through sites where people post various information in text, photo, audio and video, such as Facebook, Instagram, Twitter and others, or on social networks formed by diverse groups in the fast communication apps, such as WhatsApp and Telegram, the information, the news, the true facts and also the lies, have gained power never before imagined, in terms of reach and depth in all layers of society. Powers of mobilization, alienation, union, polarization, among others.

Post-truth and the famous fake news emerged, which proliferated on a large scale and reproduced so quickly that their social impact and the concern of governments and various institutions extrapolates national and international borders, on the part of different social and professional segments. : journalism, academia, scientists and, in the case of this study, jurists and justice agencies.

Thus, the main question that arises in this research is whether they already exist and what are the legal means to allow the containment of this phenomenon, that of fake news; whether they are sufficient and adequate; whether they are capable of controlling the production of lies at least at levels that have less impact on society, whether in terms of the damage caused to the common citizen, in their day-to-day lives, or in the scope of institutions, elections for public office, in especially for heads of the executive branch.

Keywords: Post-truth; Fake News; Social networks; Internet and Justice; Freedom of expression.; Deep Web.

SUMÁRIO

I – INTRODUÇÃO	5
II – REVISÃO DE LITERATURA	7
III – METODOLOGIA	10
III.1 – Modelo metodológico	10
III.2 – Objeto do estudo	10
III.3 – Objetivo geral	10
III.4 – Questões a investigar	10
IV – A PRODUÇÃO DAS FAKE NEWS	11
IV.1 – Quem produz e como	14
IV.2 – As vantagens de mentir	18
IV.3 – O custo para a Sociedade	20
V – A REAÇÃO ÀS FAKE NEWS	24
V.1 – A reação de segmentos profissionais	24
V.2 – O que a Justiça tem feito	25
V.3 – Consequências para quem produz e/ou dissemina	29
VI – REFERÊNCIAS	38

I – INTRODUÇÃO

Com a consolidação do uso da internet em todo o mundo, intensificada pela ampliação massiva e grande popularidade do uso dos aparelhos celulares, concomitantemente ao surgimento das redes sociais, o fenômeno das *fake news* expandiu-se, pelo planeta, por todos os meios de comunicação, especialmente pelas plataformas mais acessíveis: a própria internet e as redes de televisão abertas e fechadas. As eleições norte-americanas de 2016, que elegeram Donald Trump, e brasileiras, de 2018, que deram o pleito a Jair Bolsonaro, entre outras eleições em outros países, foram notadamente marcadas pelo uso das *fake news* para direcionar as diversas variáveis do cenário político, a despeito das pesquisas tradicionais de intenção de voto.

A pandemia do coronavírus SARS-CoV-2 da COVID-19, a partir de 2020, trouxe, com a difusão das medidas de isolamento social, aumento substantivo das condições mais propícias para a produção exponencial das mentiras, as meias-verdades e das distorções de fatos e narrativas enviesadas, as pós-verdades.

Para entender melhor o fenômeno das *fake news*, debater sobre possíveis interesses dos mais relevantes produtores em massa, os potenciais mecanismos jurídicos de defesa da sociedade, as formas de interrupção dos danos (se é que existem) e as consequências no curto e médio prazo, faz-se necessária conceituação, um breve passeio pela história, em busca da origem e dos motivos que geraram tal fenômeno, e análise de movimentos mais recentes e de ações conduzidas especialmente por especialistas, nos meios acadêmicos e profissionais, bem como pelo Poder Judiciário, de forma a identificarmos eventuais caminhos que possam ser explorados ou, ao menos, traçarmos cenários para um enfrentamento no plano da Democracia, de modo a mitigar prejuízos a direitos e garantias fundamentais.

Um conceito mais aceito pelos jornalistas, juristas, acadêmicos e profissionais envolvidos com o tema é de que o termo *fake news* é um neologismo oriundo da expressão em inglês que significa, na literalidade, notícias falsas. Porém há que se destacar um detalhe extremamente significativo: não é qualquer notícia falsa, mas aquela que traz como objetivo, interesses escusos para enganar as pessoas em larga escala, por meio de

mentiras ou distorções da verdade, dos fatos, e que, desta forma, causam desinformação e induzem ao erro desejado pelo produtor e/ou contratante da *fake news* e sua difusão.

Delimitaremos a pesquisa no universo dos possíveis danos que esse fenômeno vem causando na sociedade em geral, com destaque para os prejuízos mais relevantes, como o caso das eleições de candidatos à presidência de países, com perfis de desconhecidos ou de baixíssima credibilidade popular, fenômeno esse que foi capaz de reverter os resultados das pesquisas a partir do uso de mensagens em massa, transportando mentiras para as redes sociais, desequilibrando o jogo tradicional das campanhas eleitorais. Estudaremos outros tipos de *fake news* com o mesmo grau de impacto social.

Há, entretanto, algumas questões que estão naturalmente associadas ao debate das *fake news*: a liberdade de expressão, a pós-verdade¹, a responsabilidade dos jornalistas, de outros profissionais e das organizações que compõem a imprensa corporativa; e a questão das consequências e da extensão dos danos causados ao particular e à sociedade de modo geral.

O estudo não terá relevância, se não puder provocar, de alguma forma, reflexões sobre possibilidades de reação da sociedade, especialmente no que fazer para o enfrentamento do fenômeno das *fake news*. Qual seria o papel dos vários segmentos sociais, principalmente os órgãos e profissionais da Educação, da Imprensa, de Justiça e de Governo? O que representantes e organizações dos meios jurídicos, podem produzir a fim de que haja, se não o controle, pelo menos mitigação dos efeitos danosos, tanto no plano material, quanto na esfera racional e emocional das pessoas? E o Legislativo, o que tem feito?

Como o tema é bastante contemporâneo e a história das *fake news*, como são produzidas hoje, está *sendo escrita* ainda, nesse contexto, buscaremos encontrar os remédios postos e possíveis no âmbito do Direito positivado e as discussões mais relevantes entre juristas, técnicos, jornalistas e órgãos envolvidos na produção de informação e conhecimento.

¹ s.f. 1. Informação ou asserção que distorce deliberadamente a verdade, ou algo real, caracterizada pelo forte apelo à emoção, e que, tomando como base crenças difundidas, em detrimento de fatos apurados, tende a ser aceita como verdadeira, influenciando a opinião pública e comportamentos sociais. (Academia Brasileira de Letras – <https://www.academia.org.br/nossa-lingua/nova-palavra/pos-verdade>)

II – REVISÃO DE LITERATURA

Para melhor entendermos o escopo deste projeto e suas pretensões, começemos por estabelecer um conceito para o termo *fake news* que permita sintonizarmos as diferentes questões que serão tratadas, uma vez que, segundo ESCUERO (2019. p.32), o conceito de *fake news* atualmente é usado como sinônimo de desinformação e tem sido usado pela imprensa para indicar rumores e notícias falsas que circulam nas redes sociais. HORBACH (2019. p.43), afirma que "qualquer conteúdo, seja ele descontextualizado, manipulado, baseado em teorias conspirativas, ou simplesmente por não agradar as pessoas, passou a ser rotulado como *fake news*".

O fato é que as *fake news* não são um fenômeno recente, pois há relatos de práticas de difusão de notícias falsas desde a antiguidade: Roma, por exemplo, em meados do século XVI, personagens públicos eram alvo dos denominados Pasquins e, na França do século XVIII, as gazetas chamadas *Canards* faziam circular notícias falsas nas cidades. Por fim, no século XX, na Alemanha de Hitler, foi criado um Ministério para disseminar notícias que propagassem ódio contra os Judeus, tanto na imprensa quanto no cinema (LIVRAMENTO e PEREIRA, 2021, p.4).

Para Renê Braga², "a disseminação, por qualquer meio de comunicação, de notícias sabidamente falsas com o intuito de atrair a atenção para desinformar ou obter vantagem política ou econômica."

Frequentemente, ao abordarmos e analisarmos o problema das *fake news*, também precisamos compreender o significado de pós-verdade que, segundo Ivelise de Almeida Cardoso, em sua tese intitulada "Propagação e influência de pós-verdade e *fake news* na opinião pública", afirma que são termos que caminham juntos.

"Os verbetes já são velhos conhecidos dos vernáculos, contudo passaram a oficialmente a ser registrados nos dicionários recentemente, tamanha a propagação dos acontecimentos e, por sua vez, do seu uso na linguagem oral e escrita. O dicionário Oxford considerou *post-truth* como a palavra do ano e estabeleceu a definição como um adjetivo relacionado ou evidenciado por circunstâncias em que fatos objetivos têm menos poder de influência na formação da opinião pública do que apelos por emoções ou crenças pessoais".

² BRAGA, Renê Moraes da Costa. A indústria das fake news e o discurso de ódio. In: PEREIRA, Rodolfo Viana (Org.). Direitos políticos, liberdade de expressão e discurso de ódio. Volume I. Belo Horizonte: IDDE, 2018. p. 203-220. ISBN 978-85-67134-05-5. Disponível em: <<https://goo.gl/xmUwkd>>

Então, nesse contexto, podemos depreender que não basta desinformar, a partir da mentira ou da pós-verdade, mas é necessário um elemento volitivo que caracteriza e diferencia *fake news* de uma mentira qualquer que não teria o mesmo impacto social, mas apenas no plano particular, entre duas pessoas ou um grupo restrito, em um contexto que não do conhecimento público em geral. As notícias falsas costumam ser planejadas e produzidas intencionalmente, objetivando um determinado efeito na Sociedade.

Por outro lado, é preciso considerar o contexto da Sociedade da Informação (Castells, 2003), esse novo paradigma, pelas características: ter a informação como matéria prima; capacidade de penetração e aumento do poder de influência pelas novas tecnologias; lógica das redes facilitando a interação entre as pessoas em qualquer lugar do planeta; flexibilidade na organização, alteração e disseminação das informações e convergência de tecnologias, resultando em crescimento exponencial de produção de informações.

Nesse contexto, os meios de comunicação são cada vez mais importantes, intensos, abrangentes, acessíveis e poderosos, do ponto de vista da capacidade de troca de conteúdos em diferentes plataformas tecnológicas, como os vídeos, inclusive com efeitos especiais e alterações que permitem transformar a informação neles transmitida, agregar elementos que impactam a razão, a emoção e as expectativas das pessoas que a consome, conseqüentemente, gerando uma influência extremamente poderosa, a ponto de derrubar ou eleger governos, mobilizar grandes grupos em prol de questões que nem sempre foram debatidas e absorvidas pela própria Sociedade.

As *fake news* habitam esse universo como um fenômeno natural que encontrou terreno fértil para sua disseminação, uma vez que não há, até o momento, controles capazes de impedi-las sem que se afete a liberdade de expressão, tão essencial para a existência da Democracia nas Sociedades modernas.

Contudo, há alguns anos, vários países vem trabalhando em iniciativas para combate e prevenção às *fake news*, utilizando-se de ações complexas de monitoramentos automatizados com base em programas de controle em redes sociais, campanhas e busca por legislação capaz de conter o problema sem ameaçar o direito à liberdade de expressão das pessoas. As eleições norte-americana e brasileira, entre outras, evidenciaram o potencial destrutivo das notícias falsas, do seu poderoso alcance social e das dificuldades em corrigir seus efeitos danosos. A pandemia do coronavírus Sars-CoV-

2 e a luta contra a Covid-19 aumentaram a urgência no debate e na busca por soluções pragmáticas e consistentes.

No Brasil, além da discussão acadêmica e nos meios jornalísticos, entre outros, a comunidade jurídica e o Poder Judiciário vêm trabalhando consistentemente na elaboração de instrumentos protetivos capazes de lidar com o fenômeno e mitigar os efeitos danosos aos institutos democráticos e à Sociedade em geral. O Projeto de Lei nº 2.630, de 2020, institui a lei de liberdade, responsabilidade e de transparência no uso da internet, estabelecendo normas, diretrizes e mecanismos de transparência no uso das redes sociais considerando o Marco Civil da Internet (Lei 12.965/2014) e a Lei Geral de Proteção de Dados (Lei nº 13.709/2018). O art. 3º da PL 2630 define:

Art. 3º A Lei Brasileira de Liberdade, Responsabilidade e Transparência Digital na Internet tem como objetivos: I - o fortalecimento do processo democrático por meio do combate à desinformação e do fomento à diversidade de informações na internet no Brasil; II – a busca por maior transparência sobre conteúdos pagos disponibilizados para o usuário; III - desencorajar o uso de contas inautênticas para disseminar desinformação nas aplicações de internet.

Esta monografia se propõe a contribuir com a percepção da importância desse momento histórico e com a instrumentalização da busca por caminhos jurídicos apropriados para o manejo das *fake news*, das possibilidades de responsabilização de seus produtores e de formas reconhecidas de prevenção.

III – METODOLOGIA

III.1 Modelo metodológico

O modelo metodológico utilizado nesta monografia é um estudo exploratório do tipo pesquisa midiática e documental, com base na análise de textos legislativos, doutrinários, artigos científicos, conteúdo de sites jornalísticos da mídia corporativa e canais especializados em temas que correlacionam o direito, as tecnologias que envolvem a comunicação e o impacto social produzido pelas *fake news*.

III.2 Objetivo do estudo

O objetivo deste estudo é identificar possibilidades de enfrentamento das *fake news* pela Sociedade, e de seus efeitos negativos, com base na legislação constitucional e infraconstitucional vigente.

III.3 Objetivo geral

Identificar as instituições que podem contribuir para a autoproteção da Sociedade em relação aos efeitos e impactos das *fake news*. E como elas poderão classificar os produtores de *fake news* dentro de processos jurídicos a fim de encontrar ações eficazes para inibir a produção e uso das notícias falsas, além de buscar a devida responsabilização.

III.4 Questões a investigar

Como podem ser identificadas as *fake news* no noticiário da mídia corporativa tradicional, ou aquelas difundidas pelos sites e blogs de notícias e pelos agentes de comunicação presentes nas redes sociais?

Quais os órgãos de Estado ou da Justiça e que ações são desenvolvidas e implementadas para o enfrentamento da produção e veiculação de *fake news*? Qual é o

modus operandi dos produtores e/ou disseminadores das fake news? Quando começaram a produzir as fake news e usá-las para fins políticos?

Em que momento o cidadão ou a cidadã comum deve participar do contexto de enfrentamento? Como e o que existe disponível para reparar buscar a reparação de danos e responsabilizar os envolvidos?

IV – A PRODUÇÃO DAS FAKE NEWS

É notório que a sociedade contemporânea tem consumido informações em volumes inimagináveis há poucos anos atrás. Porém, a produção de *fake news* não surgiu nos tempos da internet como parece. O site The Social Historian³, cuja autora Barbara J Starmans, historiadora e escritora *freelance* que vive em Richmond Hill, Ontário, Canadá, é graduada pelo Instituto Nacional de Estudos Genealógicos, bem como instrutora do curso intermediário de pesquisa em História Social 1, publicou matéria intitulada “10 Examples of Fake News from History” (10 exemplos de notícias falsas da história), de onde destaca-se dois exemplos de práticas que sobreviveram aos aprimoramentos do código de ética do jornalismo de diferentes países. O primeiro exemplo é o da “VIDA NA LUA”:

“Em 21 de agosto de 1835, o The New York Sun publicou uma série de artigos sobre a descoberta de vida na lua. Estes foram falsamente atribuídos a um conhecido astrônomo da época chamado Sir John Herschel.

O artigo relatou que Herschel havia feito essas descobertas usando novos “amplificadores de hidro-oxigênio” e passou a descrever em detalhes científicos críveis como a descoberta foi feita. Formas de vida bizarras, habitantes da lua, foram descritas, pintando um quadro fantástico.

Dos animais, classificou nove espécies de mamíferos e cinco de ovíparas: ‘Entre os primeiros está uma pequena espécie de veado, o alce, o alce, o urso com chifres e o castor bípede. O último se assemelha ao castor da terra em todos os outros aspectos, exceto na falta de cauda e no hábito invariável de andar sobre apenas dois pés. Ele carrega seus filhotes em seus braços como um ser humano e se move com um movimento de deslizamento fácil. (GRANDES DESCOBERTAS ASTRONÔMICAS - Ultimamente feitas, The Sun, quinta-feira, 27 de agosto de 1835)’.

Depois de atingir seu objetivo de adicionar muitos novos assinantes ao jornal naquele mês de agosto, o jornal anunciou discretamente em setembro que a história não passava de uma farsa”.

³ Site The Social Historian - <https://www.thesocialhistorian.com/fake-news/>

O segundo exemplo destacado refere-se a uma prática muito comum entre países em guerra, em que os governos ou instituições militares ou de espionagem veiculavam através dos jornais, fatos inventados e informações falsas ou extremamente exageradas, a fim de contagiar a opinião pública e assim, obter apoio para operações questionadas em seus próprios países:

“FAKE NEWS DA PRIMEIRA GUERRA MUNDIAL

Na primavera de 1917, enquanto a Primeira Guerra Mundial assolava a Europa, tanto o Times quanto o Daily Mail em Londres publicaram relatos de 'fontes anônimas' que afirmavam ter visitado uma fábrica 'Kadaver' chamada *Kadaververwertungsanstalt* na Alemanha. Dizia-se que esta fábrica extraía glicerina dos cadáveres dos mortos para fazer sabão e margarina.

Agora, muito depois da guerra, a história foi atribuída ao MI7. A serviço do MI7 durante a guerra havia 13 oficiais e 25 escritores pagos, incluindo o major Hugh Pollard, que espalhou essa história falsa pelos jornais como correspondente especial do Daily Express.

Esta terrível notícia falsa foi apenas uma das milhares relatadas por ambos os lados durante a guerra. Em um exemplo da máquina de propaganda alemã, o Ministro da Guerra francês relatou em 1914 que os alemães na Alsácia-Lorena estavam publicando notícias de que o Parlamento francês havia votado contra a guerra e que o Presidente da República havia sido assassinado.”

Entretanto, o avanço tecnológico e a diversificação de equipamentos como celulares, *tablets* e computadores, de vários padrões de qualidade e conseqüentemente custos mais altos ou mais baixos, dependendo dos modelos, dos mercados e dos públicos aos quais se destinam, aumentou o volume de pessoas que passou a ter acesso a esses bens.

Aliado a esse fenômeno tecnológico e econômico veio uma hiper oferta de serviços via internet, como TVs fechadas, *streaming* e muitos canais de produção de conteúdo, tais como o jornalismo alternativo e os blogs de opinião e influência (os famosos *influencers*, via *YouTube* e *PodCasts*). Ainda que a internet, no Brasil, seja considerada precária em termos de estabilidade, velocidade e não chega a boa parte da população, todos os que adquiriram os equipamentos citados, de uma forma ou de outra, tem acesso a ela.

Esse é o campo propício para a imensa, diária e universal produção e veiculação, por meio de compartilhamento entre pessoas e grupos de pessoas, das informações e conteúdo de diversos tipos. Nesse contexto, boa parte das informações são produzidas

numa velocidade tão alta, tão dinâmica e tão constante, que, frequentemente, não se fazem as devidas checagens das fontes e da veracidade dos fatos, como relatam os meios de comunicação mais preocupados com as boas práticas jornalísticas e com a ética da profissão.

Nesse sentido, quando se percebe que o conteúdo da mensagem não é verdadeiro, frequentemente, ela já foi compartilhada centenas ou milhares de pessoas, dada a capacidade das redes sociais, que funcionam diariamente, 24 horas por dia, ligando e fazendo interações instantâneas com gente que pode estar no mesmo bairro, mas também em hemisférios opostos no planeta.

Henry Jenkins, em seu livro “Cultura da Convergência”⁴, define esse fenômeno como aquele que as novas e as velhas mídias colidem, assim como a mídia corporativa se cruza com a mídia alternativa e promovem uma interação entre o poder do produtor e o poder do consumidor. Transcrevo aqui, um trecho no qual a definição se torna ainda mais precisa:

“Por convergência, refiro-me ao fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam.”

Jenkins afirma que a convergência não ocorre apenas no âmbito dos aparelhos tecnológicos, como os computadores, notebooks, celulares, tablets, consoles de videogames cada vez mais sofisticados. Também não está restrita ao aprimoramento da internet e das conexões cada vez mais velozes. A convergência ocorre dentro dos cérebros de consumidores individuais e em suas interações com outros consumidores. “*Cada um de nós constrói a própria mitologia pessoal, a partir de pedaços e fragmentos de informações extraídos do fluxo midiático e transformados em recursos através dos quais compreendemos nossa vida cotidiana.*” (Jenkins, 2013)

Nesse contexto, Jenkins relata o feito de uma antropóloga japonesa que documentou o papel crescente do uso do celular pela juventude de seu país, como o de vários casais que passaram a manter contato o dia todo por meio das tecnologias móveis. Em sua observação, os casais acordavam juntos, trabalhavam juntos, comiam juntos e

⁴ JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. Ed. Aleph. Tradução Suzana Alexandria. São Paulo, 2013.

iam pra cama juntos, embora estivessem vivendo a quilômetros de distância. Porém, para Jenkyns, o fenômeno não se restringia ao uso dos equipamentos e serviços integrados, ou mesmo à utilidade prática para se agilizar as tarefas do trabalho ou do dia a dia:

“A convergência também ocorre quando as pessoas assumem o controle das mídias. Nossa vida, nossos relacionamentos, memórias, fantasias e desejos também fluem pelos canais de mídia. Ser amante, mãe ou professor ocorre em plataformas múltiplas.”

Essa convergência é a base na qual se desenvolveu e se multiplicou a produção de informação, conteúdos gratuitos, blogs no estilo reality show, programas do tipo “faça você mesmo” (“*do it yourself*”) e tantos outros, mundo afora. Também nesse contexto, surgiram dezenas de “influencers” que passaram a relatar as notícias acompanhadas de suas opiniões e interpretações dos fatos. Nasceram potenciais canais de difusão de notícias concorrendo com o jornalismo tradicional, das grandes corporações.

Esse cenário foi extremamente propício para que políticos, empresários, personalidades oportunistas e corporações patrocinassem a produção diária de conteúdos, informação e desinformação sobre assuntos que pudessem redirecionar para si os resultados almejados.

IV.1 – Quem produz e como

Partindo do princípio que a pós-verdade é o gênero do qual originaram-se as notícias mentirosas, André Faustino, no livro “Fake News: A Liberdade de Expressão nas Redes Sociais na Sociedade da Informação”⁵, afirma que:

“O conceito de pós-verdade é mais abrangente que o de fake news, embora ambos estejam ligados com a manipulação ou alteração do sentido real dos fatos e mascarando isso na forma de notícia ou informação, transformando a mentira em uma “falsa verdade”.

Muitas pessoas produzem notícias falsas sem perceberem que estão praticando tal ato, uma vez que não conhecem os conceitos de “notícia” e “*fake news*” ou “pós-verdade” e, para elas, o ato de publicarem em suas redes sociais e nos grupos de telemensagens,

⁵ FAUSTINO, André. **Fake News** (p. 94). Lura Editorial. Edição do Kindle.

como o WhatsApp, é interpretado como o simples compartilhamento de um fato, opinião, pensamento ou ideia, por exemplo. Essas pessoas enviam suas mensagens, basicamente por meio das redes sociais tais como Facebook, Instagram, Twitter ou compartilham nos aplicativos de comunicação instantânea como o WhatsApp e o Telegram, sem noção sobre a extensão e a intensidade nas quais sua ação poderá impactar não somente seus parentes e amigos, mas também um número quase incomensurável de outras pessoas das redes deles. Muitas vezes, elas sequer refletem se pessoas estranhas participarão de sua postagem. Ocorre que amigos de amigos, ao se depararem com a informação, muitas vezes resolvem compartilhá-la e comentá-la e seu comentário provoca a reação de outras “n” pessoas, que também compartilham e comentam, gerando uma crescente onda que agrega novos participantes em poucos minutos (ou segundos, dependendo da quantidade de contatos que tem a pessoa da mensagem original).

Muitas pessoas, pelo fato de acreditarem na mensagem e compartilharem-na, simplesmente não se atentam se é uma notícia, se ela é verdadeira ou se é apenas uma ideia ou impressão sobre algo, um comentário sem fundamento ou uma mentira produzida com uma determinada finalidade.

Este compartilhamento por si só, para alguns dos que estudam o fenômeno, não caracteriza a *fake news*, porque nem sempre o emissor (ou propagador da mensagem falsa) teve intenção de enganar as pessoas para as quais enviou a mensagem. Mas, para outros, sim, a *fake news* está plenamente caracterizada, uma vez que é uma mentira sob forma de notícia sendo compartilhada sem que aquele ou aquela que a passa adiante verifique se é informação verdadeira.

Se o remetente tinha apenas a intenção de comunicar algo, sem maiores pretensões, desejando manter um relacionamento social, estar em contato com os parentes, amigos, contar uma novidade, informar, ele o faz sem se atentar para o novo paradigma que está posto: mensagens sobre “fatos”, se não são verdadeiras, são falsas. Se podem ser replicadas, ainda que este não seja o objetivo, e levar algum dano a outras pessoas e/ou instituições, tornam-se potenciais *fake news*. Se são informações sobre fatos verdadeiros, mas distorcidos de forma que podem levar a consequências indesejadas e danos à imagem de outras pessoas ou instituições, são pós-verdades. Em ambos os casos, devem ser responsabilizadas, uma vez que é o que está cristalizado na Constituição Federal e no Código Civil, acerca da responsabilidade civil do particular perante a Sociedade.

E por não ter noção do poder que as *fake news* possuem, ou que pode ser responsabilizado por eventuais danos a terceiros, as pessoas ainda não têm consciência suficiente e não se preocupam em fazer uma verificação da veracidade da informação que recebeu. Pressupõem ser verdadeira, pois, na maioria das vezes, confiam na fonte, e passa adiante. Este fato acontece também com as pós-verdades que, por serem diferentes das simples mentiras, tem um poder corrosivo ainda maior e mais sutil na forma de convencimento das pessoas.

Porém a produção de *fake news* não está restrita ao cidadão alheio ao contexto descrito, ou mesmo àquele que, com intenções duvidosas, disparam notícias falsas em suas redes sociais, nos comentários de artigos de jornais e blogs ou em grupos de mensagens da empresa onde trabalham, das Igrejas, dos clubes e outros grupos sociais. Existem indivíduos e organizações que fazem parte de um vasto comércio de recursos capazes de consolidar a desinformação na sociedade. Este comércio funciona, principalmente, na *deep web*, a rede de internet menos acessível ao grande público, porém largamente conhecida por agentes de segurança do mundo inteiro, como o ambiente dos crimes de difícil contenção e de quase impossível rastreamento dos criminosos.

Em seu artigo⁶ no site Olhar Digital, Rafael Rigues apresenta uma análise do potencial destrutivo e capaz de ganhar ampla adesão por vários segmentos da sociedade, em vários países, como ferramenta de desinformação à serviço de indivíduos e organizações. Um estudo realizado por uma grande empresa norte-americana especializada em segurança em tecnologia, pesquisadores do *Insikt Group* conduziram um experimento para verificar o custo e a facilidade de implantação de uma campanha de desinformação. Para isso, contataram fontes na *deep web*. A idéia foi criar uma empresa fictícia e estabelecer duas campanhas: uma disseminando conteúdos positivos sobre a empresa e outra disseminando conteúdos negativos.

No artigo de Rigues, o relato dos pesquisadores informa que o processo de criação das campanhas foi extremamente simples, concluído em menos de um mês.

“Ambos os fornecedores foram extremamente profissionais, respondendo a questões, sugerindo estratégias para maximizar o impacto das ações e modificando o conteúdo produzido de acordo com as necessidades do cliente. (...) O escopo do trabalho é altamente customizável, de forma que o custo da campanha pode ser facilmente adaptado aos recursos

⁶ <https://olhardigital.com.br/2019/10/01/noticias/desinformacao-e-o-mais-novo-produto-a-venda-na-deep-web/>

disponíveis, indo de US\$ 15 por um artigo com 1.000 caracteres a US\$ 1.500 mensais por serviços de SEO para promoção de conteúdo.

(...) Os resultados não demoraram a aparecer. Segundo o *Insikt Group*, duas semanas após começar a trabalhar, as campanhas já estavam “na mídia”, com dois artigos publicados na imprensa: um em um veículo de pequeno porte e outro em um “veículo de boa reputação, que publica um jornal há mais de um século”.

(...) O mais impressionante, para os pesquisadores, foi a capacidade dos fornecedores de criar e manter milhares de contas usadas para replicar o conteúdo em redes sociais, sem levantar suspeitas de sistemas de moderação.

Há também os grupos que entendem exatamente o poder das mídias e da comunicação junto à população e sua potencial capacidade de convencimento e mobilização das massas, com finalidade política.

Em um artigo postado no canal “Conexão UFRJ”, no site da universidade, em 20 de julho de 2017, com o título “Para onde vai a política na era das redes sociais?”, seu autor, Marcos Vinícius Lisboa, compartilha um resultado de pesquisa do Ibope divulgado um mês antes, que a internet seria a principal influenciadora nas eleições presidenciais de 2018. Para 56% dos eleitores, as redes sociais influenciariam em algum grau as decisões de voto. Para 36% deles, as redes teriam “muita influência”. Pouco tempo depois, pudemos constatar a assertividade dos resultados da pesquisa.

No mesmo artigo, o Professor Rafael Evangelista, cientista social da Universidade de Campinas (Unicamp) e especialista em tecnologia, e o Professor Giuseppe Cocco, cientista político e professor titular da UFRJ, pesquisador do Programa em Ciência de Informação (ECO-Ibict), afirmaram sobre a política depois das redes sociais:

“As consequências do poder que a internet exerce sobre a opinião pública já são visíveis. Alguns partidos já modificaram muitas estratégias de campanha que se tornaram insuficientes com o advento das redes sociais.

Alguns partidos e grupos têm conseguido tirar melhor vantagem disso, seja usando as ferramentas da internet para impulsionar campanhas baseadas no convencimento tradicional, seja usando de meios mais encobertos e artificiais, como robôs e outros”, destacou Evangelista.

Contudo, segundo ele, o Brasil tem um sistema político frágil e instável, e as redes sociais contribuíram para aumentar sua instabilidade, acelerando processos e colocando-o em um referendo quase permanente. “Só que esse processo ainda é gerenciado da mesma forma por atores poderosos”, completou.

Indo além, Cocco defende que está ocorrendo um enfraquecimento do sistema político partidário devido à crise de representação gerada pela internet.

“O sistema de partidos está enfraquecido. A crise da representação, da qual a internet é um mecanismo fundamental, contudo, não representa o fim do sistema partidário. Mas, uma vez que podemos nos relacionar diretamente pela rede, o aparato de dominação dos partidos começa a funcionar de maneira mais explícita”, argumentou.

A respeito do debate político na era das redes sociais, Evangelista vê com precaução a ideia de que ele tenha sido democratizado de fato.

O professor da Unicamp avalia que dá para dizer que hoje o debate é mais intenso, mas apenas poder falar não necessariamente significa muito. Para ele, a questão é saber se, no campo do debate público, todas essas conversas têm gerado mais entendimento.”

Portanto, percebemos que muitos são os agentes capazes de perceber as infinitas potencialidades das redes sociais para a veiculação de toda sorte de informações, sejam elas verdadeiras, úteis, construtivas, destinadas ao lazer, ao desenvolvimento social ou, por outro lado, falsas e constitutivas de estratégias de manipulação e convencimento com finalidades vis.

IV.2 – As vantagens de mentir

É notório que a mentira é um recurso que facilita argumentações, convence com mais rapidamente, acelera o percurso entre o desejo e a concretude de qualquer coisa, em tese, e conduz uma pessoa ou grupos (ou massas) para um caminho que se deseja. Quanto mais elaborada é a mentira, usando elementos que a vítima entende, deseja, acredita ou valoriza, mais convincente e eficaz ela se torna.

Somando-se a facilidade que as redes sociais propiciam, na rápida difusão de qualquer conteúdo, mais provável se torna a concretização do objetivo de seu criador.

As *fake news* vieram com esse papel. É a mentira na forma de notícia. Na forma de fato compartilhado em tempo de mundo globalizado e integrado pela grande rede, com tantos destinatários quanto possível, de forma instantânea, com propagação automática e continuada. A verdade, o esclarecimento ou o remédio contra tal pseudo-informação já não consegue a mesma velocidade e propagação, nos tempos atuais, quando escrevo esta pesquisa. Ainda não se conhece métodos e/ou tecnologias que alcancem e mitiguem o impacto negativo disseminado pela mentira propagada.

Por esse motivo, pessoas físicas ou jurídicas e grupos mal-intencionados percebem a oportunidade de concretizarem seus interesses ainda que utilizando esses meios escusos. Sempre existiram meios escusos, sabemos. Mas nenhum tão eficiente e eficaz quanto esse que é capaz de alcançar toda uma Sociedade quase instantaneamente, dentro e fora de um país.

Existe ainda, o lado da morosidade da Justiça, uma vez que, por mais agilidade que o Judiciário brasileiro, e de outros países, empreenda na busca de contenção e reparação dos danos sociais, como se percebe no inquérito das *fake news*, que o STF promove há meses, há tempo suficiente para que os criminosos protejam-se através de recursos encontrados no arcabouço jurídico atual e através do tempo propício para eventualmente eliminar provas, mudar cenários e elementos de competência e até mesmo fugir do país⁷. Para esses criadores ou patrocinadores de *fake news* e pós-verdades, tudo indica que vale à pena mentir!

Há também um outro aspecto das vantagens de mentir que não está diretamente associado à produção das *fake news* mas a sua veiculação especialmente na internet. Em sua dissertação de mestrado⁸, Ivelise de Almeida Cardoso, afirma que a simples veiculação das notícias falsas e eventuais polêmicas e reações causadas nas redes sociais geram “cliques” e engajamento, dando destaque midiático aos canais de difusão e conseqüentemente potencializando as contratações de publicidade e propaganda:

“(…) A informação falsa alimenta a controvérsia e a controvérsia alimenta o capital. Essa cadeia argumentativa foi, por exemplo, apresentada no trabalho conduzido pelo BuzzFeed News, mostrando que as reportagens falsas geraram mais engajamento em mídias sociais durante a eleição americana que as notícias reais (SILVERMAN, 2016a)”

Nesse sentido, a produção de *fake news*, pós-verdade e o ambiente de polêmicas e discussões que conseqüentemente causam ou, no mínimo, acentuam o grau de desinformação sobre determinados fatos ou assuntos, promove uma fonte de ganhos financeiros e de crescimento dos canais que os propagam, que dificilmente, os farão abandonar simplesmente essa fonte lucrativa, senão por meio da coação estatal.

⁷ Notícia no site “Congresso em Foco” - <https://congressoemfoco.uol.com.br/area/governo/investigado-por-fake-news-bolsonarista-allan-dos-santos-diz-que-deixou-o-pais/>.

⁸ CARDOSO, Ivelise de Almeida. Propagação e influência de pós-verdade e fake news na opinião pública. 2019. Dissertação (Mestrado). Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2019.

Manuela Menezes resgata um dos eventos que Mark Zuckerberg, com seu Facebook, protagonizou em relação ao que estamos abordando. Após a liberação da famosa rede social em 2007, Zuckerberg lançou um sistema de publicidade para que as empresas criassem suas *funpages* no Facebook e assim ter acesso aos milhões de usuários da plataforma. Essa empresa foi processada na justiça, via ação coletiva, cerca de dez anos depois, por vazar dados dos usuários e foi descontinuada. Mas, a prática comercial já estava consolidada na rede social:

“No caso das empresas de mídia (impresso, rádio e televisão), que passaram a partilhar seu conteúdo no Facebook principalmente na forma de links para os seus sites, o retorno em tráfego era extremamente satisfatório. Em 2011, um estudo de 25 sites norte-americanos, que incluía o *The New York Times*, *Washington Post*, *CNN* e *Reuters*, concluiu o Facebook figurava entre as três primeiras fontes de tráfego de 20% deles (Mateus, 2015: 48). E estes sites nem precisavam pagar por esses cliques e partilhas, pois publicavam em seus perfis notícias relevantes, que geralmente despertavam a curiosidade do público. As redes sociais online passaram a funcionar como mercados de vários lados, que conectam audiências, anunciantes e produtores de conteúdo de terceiros, como jornais e outras organizações de mídia (Nieborg, 2015). Zuckerberg entendeu o “favor” que fazia a essas empresas, pois ao se tornar uma porta de entrada para os sites de notícias, contribuía para o faturamento deles em publicidade digital, mas não ganhava nada desses lucros. Mesmo sem admitir formalmente, nos bastidores essa foi apontada como uma das razões para o boicote progressivo do algoritmo a páginas de outros meios, como já pontuado anteriormente.”

Percebendo o potencial das redes sociais na disseminação de qualquer tipo de informação, seja ela textual, imagem, vídeos, áudios ou suas combinações, não é difícil para um empreendedor ou um líder religioso, por exemplo, mal intencionado contratar profissionais do design gráfico, programadores, empresas ou mesmo usuários avançados em informática para desenvolver conteúdos que possam “viralizar” nas redes sociais, levando a mensagem almejada a fim de alcançar determinados objetivos.

IV.3 – O custo para a Sociedade

Pesquisas demonstram o potencial de destruição das *fake news* em todo o mundo. Antes, a percepção da maior parte da Sociedade estava restrita aos canais de televisão aberta e seus telejornais. A divulgação de factóides e mesmo de *fake news*, quando posteriormente identificadas, eram desmentidas em edições que iam ao ar dias ou até mesmo semanas depois. Em alguns casos, as informações distorcidas ou inventadas

levavam anos para serem corrigidas junto ao público e aconteciam, muitas vezes, somente por meio de ações judiciais. Em 1992, a TV Globo, por meio do Jornal Nacional, divulgou editorial no qual afirmava que o então governador do Rio de Janeiro Leonel Brizola não gozava de credibilidade por estar senil. A informação suscitou a busca na Justiça pelo direito de resposta, por parte de Brizola, que foi concedido 2 anos depois, em 15 de março de 1994, quando o âncora Cid Moreira foi obrigado a ler texto elaborado pelo próprio ofendido, tornando-se um marco para a história do jornalismo brasileiro⁹.

É notório o uso das *fake news* disparadas em massa em 2016, durante a corrida presidencial de Donald Trump para Presidente dos EUA, que o levou ao cargo de representante da maior potência econômica mundial dos últimos 100 anos. Logo após sua posse, iniciou-se um processo de destruição das relações diplomáticas com países com diferentes ideologias e impactou negativamente a imagem diplomática dos EUA.

Vale ressaltar que o êxito da campanha presidencial de Donald Trump se deu através do trabalho de Steve Bannon, um milionário especialista em marketing que foi pioneiro no uso de mensagens em massa no campo da política, usando as redes sociais mais conhecidas, nos países por onde atuou, e que teve êxito inquestionável.

Carolina Delmazo (Universidade Nova de Lisboa) e Jonas Valente (Universidade de Brasília), em seu artigo intitulado “FAKE NEWS NAS REDES SOCIAIS ONLINE: PROPAGAÇÃO E REAÇÕES À DESINFORMAÇÃO EM BUSCA DE CLIQUES” (2018), afirmam que a disseminação de *fake news* encontrou terreno fértil no campo das disputas políticas:

“Segundo análise do site BuzzFeed News, nos últimos três meses da campanha para as eleições presidenciais dos Estados Unidos de 2016, as notícias falsas com melhor desempenho no Facebook geraram mais engajamento que as top stories de veículos de comunicação como The New York Times, Washington Post, Huffington Post, NBC News, entre outros. Silverman (2016a) destaca que as 20 notícias falsas com melhor performance na rede social geraram 8.711.000 partilhas, reações e comentários, enquanto as 20 principais notícias sobre eleições de 19 dos grandes media obtiveram 7.367.000.

A Deutsche Welle (DW), uma emissora internacional da Alemanha que produz jornalismo independente em 30 idiomas, publicou em seu site em 07/11/2017, uma matéria na qual informa sobre o resultado de uma pesquisa realizada com quase mil

⁹ <https://www.pdt.org.br/index.php/brizola-contra-rede-globo-23-anos-de-uma-vitoria-epica/>

economistas de 129 países, que apontaram como negativa a influência de Trump no cenário econômico global:

“(…) O impacto negativo na economia americana foi apontado por 57,6% dos entrevistados. As piores avaliações foram, em particular, nas áreas de justiça social e proteção do clima, enquanto 73,5% – 62,1% nos EUA – avaliaram que as camadas mais pobres em todo o mundo poderão perder a maioria das medidas de proteção anunciadas ou planejadas recentemente.”
(<https://www.dw.com/pt-br/analistas-veem-impacto-negativo-de-trump-na-economia/a-41279217>)

No mesmo caminho, uma semana antes da votação da abertura do processo de *Impeachment* da então presidenta Dilma Rousseff, no Brasil, no plenário da Câmara dos Deputados, ocorrido em abril de 2016, três das cinco notícias mais compartilhadas no Facebook eram falsas, de acordo com o Grupo de Pesquisa em Políticas Públicas de Acesso à Informação da Universidade de São Paulo (USP), que investigou o desempenho de 8.290 reportagens, publicadas por 117 jornais, revistas, sites e blogs noticiosos entre 12 a 16 de abril de 2016 (Lavarda, Sanchotene & Silveira, 2016, p.1).

Porém, o exemplo mais significativo do poder da estratégia de Steve Bannon, usada nos EUA, foram as eleições de 2018, que levaram ao cargo de chefe do Poder Executivo, um personagem que não tinha expressão política significativa, mas que ganhou destaque à partir de despejos massivos de *fake news* em várias redes sociais, tais como o Facebook e Twitter, bem como nos grupos de WhatsApp e Telegram. Embora não se possa afirmar que este fosse o motivo da vitória no pleito (o uso do método das *fake news* nas redes sociais), uma vez que havia outros fatos importantes acontecendo, como a prisão do principal candidato à presidência, Luiz Inácio Lula da Silva, é fácil perceber que foi uma estratégia decisiva.

Ao longo de todo o governo de Bolsonaro, durante os quatro anos entre 2018 e 2022, as *fake news* foram largamente utilizadas para manter coeso um grupo de pessoas consideradas os representantes da extrema direita ou vulgarmente chamados “bolsonaristas”. Em sintonia com as políticas adotadas pelo governo, ainda que fossem ações contestadas por cientistas, juristas, médicos e especialistas das diversas áreas vitimadas, tais como a Saúde, os atrasos e problemas administrativos ocorridos na condução das políticas públicas durante a pandemia do coronavírus SARS-Cov2, da

Covid-19, apuradas oficialmente em uma CPI (Comissão Parlamentar de Inquérito)¹⁰, seus apoiadores mantiveram-se fiéis e mobilizados.

Com frequência, nesse período, os órgãos de imprensa do Brasil e internacionais, mantiveram em suas pautas, variados exemplos de escândalos e declarações falsas, especialmente do governo federal, enquanto decisões políticas impopulares e questionadas por importantes economistas e especialistas, em razão dos prejuízos para o patrimônio nacional e participação estratégica frente aos mercados internacionais eram formalizadas e concluídas. A plataforma jornalística AOS FATOS, fez um levantamento e publicou semanalmente, o altíssimo índice de mentiras produzidas e/ou veiculadas pelo governo. A última atualização, em 08 de novembro de 2022, informa que só o Presidente da República, em 1.407 dias, deu 6.675 declarações falsas ou distorcidas à imprensa.¹¹

Para se ter ideia do impacto das consequências que as *fake news* podem causar a um país de 200 milhões de habitantes, ao final de 4 anos de governo e mais de 6.600 *fake news* produzidas e/ou veiculadas, o saldo da desastrosa condução das políticas públicas de enfrentamento da pandemia da Covid-19 ultrapassou 690.000 mortos; durante os trabalhos da comissão de transição de governo, a sociedade tomou ciência de um rombo de mais de R\$ 400 bilhões¹² nos cofres públicos e cerca de 33,1 milhões de brasileiros em situação de miséria e com outros 60 milhões em insegurança alimentar¹³, apenas para citar poucos exemplos.

¹⁰ Site do Senado Federal: <https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2021/10/20/cpi-da-pandemia-principais-pontos-do-relatorio>

¹¹ Site do Aos Fatos: <https://www.aosfatos.org/todas-as-declaracoes-de-bolsonaro/>

¹² Site da Revista Forum: <https://revistaforum.com.br/politica/2022/11/4/ele-implodiu-brasil-escandaloso-rombo-de-r-400-bilhes-deixado-por-bolsonaro-125996.html>

¹³ Resultados do Inquérito Nacional sobre Insegurança Alimentar no Contexto da Pandemia da Covid-19 no Brasil, conduzido pela Rede PENSSAN, com apoio do Instituto Ibirapitanga e parceria de ActionAid Brasil, FES-Brasil e Oxfam Brasil, disponíveis no site <https://olheparaafome.com.br/>

V – A REAÇÃO ÀS FAKE NEWS

V.1 – A reação dos segmentos profissionais

As primeiras áreas profissionais que começaram a sofrer diretamente com o fenômeno da explosão do uso da pós-verdade e das *fake news* foram os órgãos de imprensa. Em todo o mundo, a credibilidade no jornalismo tradicional foi abalada com o surgimento dos blogs de notícias e opinião sobre os fatos. As redes sociais passaram a veicular as informações independentemente de checagens realizadas por jornalistas para realização da verificação da autenticidade das fontes e dos fatos. Por outro lado, a chamada mídia corporativa passou a assumir seus posicionamentos político-ideológicos, o que foi tornando as notícias e comentários dos âncoras em mercadorias tendenciosas, filtradas para direcionar a opinião pública.

Diante disso, vários órgãos e profissionais de imprensa passaram a buscar reconquistar a credibilidade dos leitores e espectadores em geral por meio do resgate dos valores éticos e das técnicas do jornalismo profissional. Surgiram também as agências de checagem dos fatos.

Paralelamente, outros segmentos preocupados com a disseminação das fake news em larga escala pelas redes sociais, como afirma Ivelise cita:

"Pauner Chuvi aborda o apelo que instituições comunitárias lançaram às grandes empresas de tecnologia para impedir a disseminação de informações fraudulentas que inundam a rede e reivindicaram um compromisso semelhante ao seguido na luta contra a propagação de mensagens de ódio por meio das redes sociais. Entretanto, as redes sociais e seus novos métodos de seleção de informações não são conhecidos. A falta de transparência de seus algoritmos torna difícil para os cidadãos identificarem seus vieses ideológicos de pessoas que trabalham em empresas e os usuários não tem as indicações apropriadas para validar se as informações são reais ou não." (PAUNER CHUVI, Cristina. 2018)¹⁴

Outra iniciativa importante contra a produção de jornalismo e veiculação de notícias que podem disseminar informações não verificadas, fake news e pós-verdades, principalmente pelos segmentos da sociedade que, por qualquer que seja o motivo, não obtiveram uma capacitação suficiente para saber lidar com esse novo fenômeno, foi a da UNESCO (Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura). Ela

¹⁴ PAUNER CHUVI, Cristina. **Fake news and freedom of expression and information**. The control of information contents on the network. Teoria y Realidad Constitucional. Vol. 41. p.297-318, 2018.

publicou, em 2019, na França, no Brasil e em vários outros países, a série “Jornalismo, Fake News e Desinformação: Manual para Educação e Treinamento em Jornalismo”.¹⁵

Entre outras informações, o manual informa que foi produzido no contexto da crescente preocupação internacional com a “guerra da desinformação” e comenta a declaração da ONU pela Liberdade de Opinião e Expressão, efetuada por um representante da OSCE para a Liberdade de Mídia, pelo relator especial da Organização dos Estados Americanos sobre Liberdade de Expressão e pelo relator especial da Comissão Africana de Direitos Humanos e dos Povos sobre Liberdade de Expressão e Acesso à Informação. A declaração expressou alarme com a disseminação da desinformação e propaganda, e ataques à mídia noticiosa como *fake news*”.¹⁶

Outros segmentos sociais, como pesquisadores, professores e instituições de ensino de todo o mundo passou a dar atenção ao significado das *fake news* e as consequências para a sociedade em geral, em diferentes aspectos, tais como as questões políticas, econômicas e culturais potencialmente reféns do uso inescrupuloso patrocinado por políticos e empresários.

V.2 – O que a Justiça tem feito

No artigo “O Tratamento Jurídico das Notícias Falsas (*fake news*)”, de Gustavo Arthur Coelho Lobo de Carvalho e Gustavo Guilherme Bezerra Kanffer, publicado no site JOTA¹⁷ e também no CONJUR, os autores comentam, antes de abordarem as ações implementadas pela Justiça em vários países do mundo e, especificamente, no Brasil, sobre o cuidado na identificação do que deverá ser tratado como *fake news*.

O texto afirma a importância de se manterem preservados os princípios da Liberdade de Imprensa e de Opinião, mandamentos consagrados pela Constituição da República Federativa do Brasil, de 1988 (Art. 5.º, IV e IX; Art. 220 e seguintes). E comenta também sobre publicações que, apesar de postarem pseudo-notícias por meio

¹⁵ Publicado em 2019 pela Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura, 7, place de Fontenoy, 75352 Paris 07 SP, França, e pela Representação da UNESCO no Brasil. © UNESCO 2019 ISBN 978-85-7652-240-9.

¹⁶ UN/OSCE/OAS/ACHPR. *Joint Declaration on Freedom of Expression and “Fake News”, Disinformation, Propaganda*. New York, 2017. Disponível em: <<https://www.osce.org/fom/302796?download=true>>. Acesso em: 15/12/2022.

¹⁷ Site JOTA - <https://www.jota.info/opiniao-e-analise/artigos/o-tratamento-juridico-das-fake-news-08032018>

das quais o objetivo maior é a crítica social e não exatamente a comunicação dos fatos, de forma que atendem a camadas da sociedade que buscam a reflexão crítica através do humor. São trabalhos que envolvem arte e boa dose de criatividade permeados com o formato do jornalismo tradicional. O artigo previne:

“(...) deve-se também preservar aquelas notícias que, por sua falsidade grotesca e óbvia, capaz de ser percebida naturalmente pelo homem médio, constituem-se jocosamente em sátiras. A título de exemplo, traz-se a lume o “The Piauí Herald” e o “Sensacionalista”, conhecidos sítios que *ad absurdum*, a pretexto de veicularem notícias, em realidade noticiam artigos com a intenção de fazer críticas políticas e/ou divertir seus leitores.

Também não se poderia deixar de lembrar, saudosamente, o conhecido semanário brasileiro que circulou entre as décadas de 70 e 90, chamado ‘O Pasquim’, que trouxe sempre, na forma de sátiras, contundente crítica política ao regime militar, e que contava com colaboradores de renome, como Chico Buarque, Antônio Callado, Rubem Fonseca, Odete Lara e Glauber Rocha.”

Em relação às conquistas de órgãos de Justiça e juristas mundiais, comenta sobre as iniciativas da União Europeia em regulamentar e combater a produção de *fake news*, pós-verdades e a desinformação, monitorando as notícias falsas e retirando-as de circulação o mais rápido possível, porém sem prescindir da conciliação com liberdades e direitos fundamentais. O *Roadmap*¹⁸ é um documento que afirma o acesso universal à informação confiável, inserido no “coração da democracia”, mesmo reconhecendo a existência de um número significativo de pessoas que tem dificuldades de diferenciar jornalismo de propaganda.

Na Alemanha, o “Ato para Cumprimento da Lei nas Redes Sociais”¹⁹ entrou em vigor em outubro de 2017. De acordo com essa lei, provedores de redes sociais devem remover ou bloquear conteúdo manifestamente ilegal ou falso dentro do prazo de 24h, a contar da reclamação ou determinação judicial.

Já nas Filipinas, em 2017, entrou em vigor Lei voltada ao combate à disseminação de *fake news*, proibindo sua criação e distribuição, sendo conhecida como “Anti-Fake News Act of 2017”²⁰. Ela estabelece o que deve ser considerado notícia falsa e as penas em caso de violação da legislação.

¹⁸ Roadmap: Fake news and online disinformation. 09/11/2017: CNECT PLAN/2017 p.1783

¹⁹ Netzwerkdurchsetzungsgesetz - https://www.bmjv.de/SharedDocs/Gesetzgebungsverfahren/Dokumente/NetzDG_engl.pdf?__blob=publicationFile&v=2

²⁰ https://www.senate.gov.ph/lis/bill_res.aspx?congress=17&q=SBN-1492

No Brasil, o Marco Civil da Internet (Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014), foi um importante avanço na questão da normatização da internet brasileira e no estabelecimento de definições à respeito dos atores envolvidos na prestação de serviços que compõe o uso da grande rede.

Entretanto, a norma prevê limites de responsabilização para cada elo da cadeia de fornecimento dos elementos que compõem o serviço, tais como provedores de conexão, provedores de aplicativos, autoridades administrativas e os próprios usuários. Não há previsão especificamente para o manejo e penalização pela produção das fake news, embora se possa determinar, ainda que em meio às polêmicas, a remoção de conteúdos considerados, pela lei, ofensivos ou que causem dano a terceiros, se estes acionarem a justiça.

Por outro lado, um caso importante que ilustra a demanda por ações de combate à desinformação, por parte das instituições de Estado, é o caso do inquérito das *fake news* que corre com autorização do STF. Em outubro de 2018, a Polícia Federal iniciou inquérito para investigar a propagação de *fake news*. Somente em dezembro de 2019, ficou proibido o envio de mensagens em massa por aplicativos, além da difusão de notícias falsas. Em julho desse mesmo ano, foi instaurada uma Comissão Mista Parlamentar de Inquérito, ainda em andamento mais de um ano depois, para que senadores e deputados federais brasileiros conduzam investigações sobre “ataques cibernéticos, campanhas de desinformação e o uso de perfis falsos para influenciar os resultados das eleições de 2018”²¹.

No caso do inquérito das *fake news*, houve polêmica e várias considerações de especialistas e juristas nos telejornais, alguns contra, outros a favor do inquérito ser aberto pelo STF, uma vez que não haveria previsão constitucional.

Por dez votos a um, prevaleceu o entendimento do relator, ministro Edson Fachin, de que a Arguição de Descumprimento de Preceito Fundamental (ADPF) 572, para declarar a legalidade e a constitucionalidade do Inquérito (INQ) 4781, instaurado com o objetivo de investigar a existência de notícias fraudulentas (*fake news*), denúncias caluniosas e ameaças contra a Corte, seus ministros e familiares. O entendimento foi que a ADPF é totalmente improcedente, “diante de incitamento ao fechamento do STF, de

²¹ MELLO, Patrícia Campos. *A máquina do ódio. notas de uma repórter sobre fake news e violência digital*. 1ª edição. São Paulo: Companhia das Letras, 2020, p. 72.

ameaça de morte ou de prisão de seus membros e de apregoada desobediência a decisões judiciais”.

O texto no site do STF²², sobre o julgamento da referida ADPF, destaca o voto do Ministro Celso de Mello, que, argumentando sobre a questão das organizações criminosas:

“(…) observou, em seu voto, que o STF tem a função extraordinária e atípica de apurar qualquer lesão real ou potencial a sua independência, e as regras do Regimento Interno do STF que fundamentaram a instauração do inquérito se qualificam como instrumento de proteção e defesa da ordem e da constitucionalidade. Segundo ele, não teria sentido retirar do Tribunal instrumentos que o permitam, de forma efetiva, proteger a ordem democrática, o Estado Democrático de Direito e a própria instituição.

Para o decano, a máquina de notícias fraudulentas se assemelha às organizações criminosas, mas com o propósito de coagir a instituição. O ministro Celso de Mello salientou que a incitação ao ódio público e a propagação de ofensas e ameaças não estão abrangidas pela cláusula constitucional que protege a liberdade de expressão e do pensamento”.

Sobre a liberdade de expressão, o ministro Marco Aurélio divergiu e argumentou que o artigo 43 do Regimento Interno do STF, que embasa a instauração do inquérito, não foi recepcionado pela Constituição de 1988, portanto caracterizando violação do sistema penal acusatório constitucional, que separa as funções de acusar, pois o procedimento investigativo não foi provocado pelo procurador-geral da República, e esse vício contaminaria sua tramitação. Foi voto vencido.

Em termos de legislação, as tentativas de se avançarem com normas no ambiente online existem desde 2014, época em que foi criada a Lei nº 12.965/14, conhecida como Marco Civil da Internet. Esta norma estabeleceu princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da internet no Brasil.

Mais recentemente, pena que prevê de dois a oito anos de prisão para quem partilha notícias falsas com fins eleitorais já foi incluída no Código Eleitoral.

Na Câmara de Deputados, está em análise o Projeto de Lei 2630/2020, PL das *Fake News*, que trata da rastreabilidade online, penas para crimes virtuais, como a contratação de robôs para disparo de mensagens falsas em

²² Portal do STF - <https://portal.stf.jus.br/noticias/verNoticiaDetalhe.asp?idConteudo=445860&ori=1>

massa, transparência e participação das ferramentas de busca de informações na internet, na lei.

V.3 – Consequências para quem produz e/ou dissemina

Considerando que no Brasil ainda não se consolidou norma específica para punir quem produz e/ou compartilha fake news, pós-verdades ou distorce as informações, criando factóides, ainda que não haja condenação à prisão ou pena similar, não significa que não se possa responsabilizar o agente.

Existem alguns dispositivos previstos em determinadas normas que podem ser utilizados para acionar, na Justiça civil e na penal, produtores e disseminadores de *fake news*. No caso do período eleitoral, existem parâmetros bem claros e definidos que possibilitam o enquadramento daqueles partidos ou pessoas que eventualmente tentam prejudicar os demais candidatos e concorrentes em geral.

Em 2018, existiam no mínimo oito projetos em tramitação no Congresso, sendo analisados pelo Conselho de Comunicação Social do Senado. O senador Ciro Nogueira (PP-PI) apresentara projeto que especificava o crime de divulgação de notícias falsas poderia ser punido com até três anos de cadeia. O projeto propunha que os provedores de serviços (p.ex. Google, Facebook, YouTube) seriam obrigados a remover os conteúdos considerados ilícitos da plataforma antes mesmo de qualquer autorização judicial, apenas a pedido da parte prejudicada.

Uma matéria veiculada na Revista Exame publicada no site em 24/03/2018²³, da jornalista Luiza Calegari, identificou algumas polêmicas discutidas entre especialistas e estudiosos do tema:

“O combate às *fake news* não é uma luta isolada, mas uma questão para vários países, que enfrentam o dilema de modernizar a legislação sobre o tema, segundo os especialistas. Uma das polêmicas envolvidas é a responsabilização de quem compartilha a notícia.”

²³ Site da Revista Exame - <https://exame.com/brasil/afinal-o-que-acontece-com-quem-publica-e-divulga-fake-news/>

A jornalista Luiza Calegari destacou um acórdão do Tribunal de Justiça de São Paulo, citado por Di Sessa, que fica estabelecida a responsabilidade de quem compartilha notícias que possam ser qualificadas como crimes contra a honra.

“O problema está em determinar o grau de responsabilização dessa pessoa: é o juiz que vai decidir se ela tinha condições de saber que a notícia divulgada era falsa ou não.

Para Di Sessa, a prioridade no debate deve ser a educação dos próprios cidadãos. “Existem alguns cuidados que o usuário pode ter na hora de avaliar se uma informação é falsa ou se existe aí um fundo de verdade nela. Tem desde a fonte, até a forma que é escrita, o veículo de divulgação, e tem algumas maneiras de você desconfiar da veracidade da notícia”.

Renato Blum lembrou a iniciativa do Google de investir nas informações de veículos jornalísticos, como forma de prestigiar o trabalho qualificado de apuração das informações.

Ele acredita que iniciativas como essa podem subsidiar, nos tribunais, o entendimento de que a pessoa podia ter checado a veracidade da notícia antes de compartilhá-la.

Para ajudar nessa tarefa, o Conselho Nacional de Justiça (CNJ) lançou uma campanha de conscientização sobre as fake news:

Outra polêmica importante, e é aí que entra o debate em torno do projeto de Ciro Nogueira, é o cuidado que precisa ser tomado na elaboração das leis para não abrir brechas para uma politização das medidas – ou seja, não abrir espaço para censurar notícias que tenham desagradado algum ente.

"É importante frisar que o que deve ser combatido é a notícia falsa escrita e divulgada com o propósito de enganar alguém. Há de se ter cuidado para não incluir neste conceito possíveis divergências de entendimentos que pessoas possam ter sobre determinados fatos, o que é um risco alto, potencializado em época de eleições", diz Di Sessa.

O jornal Correio Braziliense, em sua edição de 11/11/2019²⁴, publica matéria cujo título se lê a seguir: “Lei é promulgada e prevê penas mais duras para fake news em eleições”. O texto fala que governo federal promulgou a Lei 13.834 que tipifica o crime de denúncia caluniosa com finalidade eleitoral, retomando trecho que havia sido vetado na sanção feita em junho.

“A lei, que já é válida para as eleições municipais do ano que vem, prevê pena de prisão de dois a oito anos, além de multa, para quem acusar falsamente um candidato a cargo político com o objetivo de afetar a sua candidatura. Essa pena aumenta se o caluniador agir no anonimato ou com nome falso. A lei atualizou o Código Eleitoral.

"Incorrerá nas mesmas penas deste artigo quem, comprovadamente ciente da inocência do denunciado e com finalidade eleitoral, divulga ou propala,

²⁴ https://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/politica/2019/11/11/interna_politica,805494/lei-e-promulgada-e-preve-penas-mais-duras-para-fake-news-em-eleicoes.shtml

por qualquer meio ou forma, o ato ou fato que lhe foi falsamente atribuído", diz o trecho que havia sido vetado e agora foi promulgado.”

Em 2022, foi possível constatar que um número cada vez maior de pessoas comuns já conhecem o termo “*fake news*”, amplamente divulgado e utilizado nos grupos de WhatsApp das famílias. A produção em massa das falsas notícias, tão combatida pelo TSE (Tribunal Superior Eleitoral), durante os meses que precederam as eleições para Presidente e outros cargos eletivos, voltou com força total, desde a última avalanche que elegeu Bolsonaro.

Entretanto, as instituições de Estado, os órgãos de imprensa, e vários segmentos da Sociedade civil, melhor preparadas pela dura e triste experiência da eleição anterior, passaram a rejeitar as mentiras mais absurdas, restando apenas aos grupos mais fanatizados, a disseminação ainda que já conscientes de estarem provavelmente sendo usados pelos seus produtores.

Não podemos esquecer do debate acerca do sopesamento entre a liberdade de expressão ou a liberdade de imprensa e a reflexão sobre os limites da expressividade das pessoas, ou da qualidade das informações difundidas pelos profissionais jornalistas, especialmente em tempos de declarações muitas vezes proferidas contra o Estado Democrático de Direito e suas instituições. Exemplos de fomento à violência contra membros do STF (Supremo Tribunal Federal) e suas famílias, marcaram profundamente o debate sobre a liberdade de expressão, seu limite e as formas de controle.

No Brasil, a liberdade de imprensa está prevista no art. 228 §1º da Constituição Federal, que estabelece “nenhuma lei conterà dispositivo que possa constituir embaraço à plena liberdade de informação jornalística em qualquer veículo de comunicação social(...). Esse tema também foi objeto da ADPF 130/DF, que não recepcionou a Lei 5.520/1967 (Lei da Imprensa), uma vez que “os direitos que dão conteúdo a liberdade de imprensa são bens de personalidade que se qualificam como sobredireitos”.

A liberdade de expressão é, inequivocamente, um preceito fundamental para cidadãos que vivem em Estado Democrático de Direito, portanto, sendo defendida obviamente por todas e todos. Ocorre que, em tempos de falsas notícias, em um dado momento, será inevitável o choque entre esses direitos fundamentais.

Porém, devido a complexidade dos negócios que funcionam na internet envolvendo mais de um serviço em uma mesma plataforma, a atual dicotomia legal no Brasil se dá entre os provedores de conexão, que provém os serviços até que o consumidor se conecte à Rede, e provedores de aplicação, envolvendo toda gama de serviços a disposição do usuário após sua conexão, sem deixar o conceito legal preso à tecnologia do momento da promulgação da lei.

Há que se considerar o direito à privacidade, à intimidade, à honra e à imagem, que precisaria, em algum momento, ser mitigado em razão dos direitos de outra pessoa, ou ainda, confrontados com a ofensa a terceiros a partir de *fake news*, por exemplo. Uma vez que não há direito absoluto, aferindo-se a existência de limites, de acordo com a devida previsão normativa.

Há também, o que o autor do livro “Responsabilidade Civil e Redes Sociais: Retirada de Conteúdo, Perfis Falsos, Discurso de Ódio e Fake News”, o Prof. João Victor Rozatti Longhi²⁵, classificou como um aumento da disseminação do ódio em consequência das chamadas “bolhas de conteúdo”:

“(…) os cidadãos consomem informações supostamente direcionadas às suas preferências, o que favorece o surgimento de tendências que fraturam a noção de esfera pública. Ou seja, um desdobramento na esfera pública da personalização do conteúdo segundo os dados do usuário, umbilicalmente ligado ao modelo de negócio de todas as empresas da Web 2.0.”

Portanto, ao considerar a necessidade de ponderar-se os princípios e garantias individuais e coletivos, especialmente no que tange a liberdade de expressão, em razão do direito de proteção à dignidade da pessoa humana, privacidade, direito ao esquecimento, entre outros, tendo como pano de fundo que nenhum direito é absoluto, é possível entender a complexidade do problema e concentrar-se no caso concreto.

Considerando que as redes sociais passaram ao principal *locus* de interação entre os produtores de notícias e os consumidores, dado o fenômeno da cultura da convergência. A relação entre as partes já não preserva as antigas características de hipossuficiência no quesito da dependência do consumidor, que também pode ser produtor, disseminador ou agregador de opiniões. Maria Cristina Costa expõe:

²⁵ LONGUI, João V.R. **Responsabilidade Civil e Redes Sociais: Retirada de Conteúdo, Perfis Falsos, Discurso de Ódio e Fake News**. Indaiatuba, SP. Editora Foco, 2020.

“Por trás da ameaça à grande imprensa está, novamente, a facilidade de comunicação trazida pela Internet, pelas redes de computadores e pelos aplicativos de envio e troca de mensagens. Candidatos, governantes, comunicadores, profissionais de diversas áreas e o próprio mercado inflam as redes e passam a dispensar o apoio, antes absolutamente necessário, das mídias tradicionais. Através das redes de comunicação, que se tornaram um serviço público em mãos privadas, publicidade e marketing, bem como nosso próprio contato com a realidade circundante, dispensam a intermediação das grandes agências de comunicação e as formas consagradas de informação.

(...) Uma desconfiança mútua e geral faz com que a circulação informal de notícias que se processa nas redes sociais se intensifique continuamente. Estabelece-se assim uma luta por desacreditar os meios sobre os quais as pessoas que se sentem atingidas têm menor controle. Da mesma forma, intensificam-se ações judiciais que buscam espaço de respostas para eventuais denúncias ou pela reivindicações por indenizações e reparações, o que leva a um processo que chamamos de judicialização da censura, quando juízes, em diferentes instâncias, se transformam em controladores do que pode ou não ser dito, do que pode ou não ser divulgado. (COSTA, 2018, p. 36).

Em todo caso, o fenômeno que se apresentou mais intensamente nos últimos dez anos, da massificação do uso das *fake news*, pós-verdades e desinformação, trazendo como sérias consequências o impacto direto na economia do país, nas suas relações internacionais, na saúde pública, levando à morte de milhares de pessoas, parte delas que talvez pudesse ter sido evitada, desagregação de instituições, que passaram a atuar marginalizadas, desabastecimento, regressão do desenvolvimento dos programas sociais, da ciência e da educação, somente poderá ser contido, por meio da normatização adequada e da educação da sociedade, de forma a aprender a analisar criticamente as informações que cada cidadão ou cidadã recebe, aprender a checar as fontes, verificar a coerência em disseminá-la ou não e, enfim, poder gerir sua produção e/ou consumo de notícias na era da informação.

No caso da Saúde Pública, o impacto das *fake news* e da desinformação foi direto, envolvendo ações do próprio Bolsonaro, que, na contramão das recomendações dos mais diversos órgãos de saúde do país e internacionais, e ainda após a entrada em vigência da Lei nº 13.979/2019, difundiu o não uso de máscaras descartáveis, não isolamento, desrespeito ao distanciamento mínimo recomendado, promoveu o uso de medicamentos sem qualquer comprovação científica, como a cloroquina e, enquanto muitos lotavam hospitais e morriam, outros tantos ainda sobre a dor das perdas, a população assistia confusa e/ou estarecida, o Presidente aglomerando, passeando de moto, fazendo festas entre outras.

A Medida Provisória nº 926 de 2020, alterou a Lei nº 13.979 e estabeleceu as medidas para o enfrentamento da pandemia do coronavírus SARS-CoV-2, atribuindo ao Ministério da Saúde as medidas necessárias para o enfrentamento ao vírus:

“Art. 3º Para enfrentamento da emergência de saúde pública de importância internacional decorrente do coronavírus, as autoridades poderão adotar, no âmbito de suas competências, dentre outras, as seguintes medidas:

I - isolamento;

II - quarentena;

III - determinação de realização compulsória de:

a) exames médicos;

b) testes laboratoriais;

c) coleta de amostras clínicas;

d) vacinação e outras medidas profiláticas; ou

e) tratamentos médicos específicos;

IV - estudo ou investigação epidemiológica;

V - exumação, necropsia, cremação e manejo de cadáver;

VI - restrição excepcional e temporária, conforme recomendação técnica e fundamentada da Agência Nacional de Vigilância Sanitária, por rodovias, portos ou aeroportos de:

a) entrada e saída do País; e

b) locomoção interestadual e intermunicipal;

(...)”.

Além das ações descritas, uma das *fake news* mais alardeadas ao longo do primeiro ano da pandemia, no Brasil, era a da cura pela cloroquina. Outra situação considerada esdrúxula foi os casos de caixões vazios, cuja notícia falsa foi veiculada nos jornais de grande circulação, objetivando transmitir à população que a quantidade de mortos não era real e que as autoridades estariam simulando as mortes enterrando apenas caixões vazios:

“Uma foto de um caixão vazio e aberto circula na internet. Junto dela está uma outra imagem de uma vala comum e a informação de que caixões sem corpos estão sendo enterrados em Manaus para que a população fique impressionada e acredite que o número de mortos pelo novo coronavírus é maior que o real.

A imagem de um caixão com apenas um saco plástico em seu interior, que tem sido compartilhada nas redes sociais, diz: “Denúncia gravíssima. Na Amazônia, caixões vazios. Só para causar pânico na população com número alto de óbitos por Covid-19”. Uma outra mostra uma vala comum sendo aberta num cemitério em Manaus com uma retroescavadeira.

A foto do caixão vazio não foi nem sequer tirada na cidade. Ela foi feita em São Carlos (SP) há três anos e veiculada pela imprensa para ilustrar uma reportagem sobre um golpe do seguro: criminosos forjaram a morte de uma pessoa para receber valores de apólices feitas irregularmente, usando documentos dela. O crime foi descoberto e o caixão foi fotografado aberto, sem um corpo dentro. Ou seja, a imagem nada tem a ver com a pandemia de Covid-19.

A outra foto foi colocada junto para dar uma falsa impressão de correlação. A abertura de valas comuns no maior cemitério de Manaus, porém, foi amplamente divulgada nas últimas semanas. Foi uma forma que as

autoridades públicas encontraram de dar celeridade aos sepultamentos com o aumento da demanda. Ou seja, a foto é verdadeira, mas a informação de que são caixões vazios contidos nela é totalmente falsa.” (PENNAFORT, 2020).

Outra *fake news* bastante difundida que causou prejuízos irreparáveis para o país foi a das vacinas. O site da Fiocruz (Fundação Oswaldo Cruz) publicou em 22/04/2021, um artigo de Danielle Monteiro intitulado “Conheça 6 'fake news' sobre as vacinas contra a Covid-19”. A primeira *fake* referia-se ao caso de um enfermeiro que usou as redes sociais para afirmar que a morte de médico voluntário nos ensaios clínicos da vacina da Astrazeneca/Oxford teria sido provocada pelo imunizante. No vídeo, ele diz que vacinas podem causar fibromialgia e Alzheimer. A matéria esclarece que não há qualquer estudo que atribua fibromialgia ou Alzheimer associados a qualquer uma das vacinas contra a Covid-19 e afirma ainda que “Alzheimer é uma doença de longa evolução, nem seria possível termos tempo para verificar tal associação”.

As demais fake news escolhidas pela autora objeto da matéria foram desmentidas e cada uma delas devidamente refutadas com informações prestadas por profissionais especialistas no assunto e podem ser acessadas na plataforma²⁶:

- 1) Vacinas contra a Covid-19 são mais perigosas que o próprio vírus;
- 2) Vacina tem como objetivo matar seres humanos;
- 3) Profissionais de saúde morrem por ataque cardíaco em decorrência da vacina;
- 4) O Butantan não confirma eficácia da CoronaVac em idosos; e
- 5) Vacinas de RNA mensageiro vão provocar morte em massa entre idosos.

É possível adotar-se uma postura proativa em relação ao que se pode contribuir para frear ou mitigar, a velocidade com a qual as notícias falsas são veiculadas nos grupos de WhatsApp da família e amigos, nas redes sociais, bastando adotar como rotina algumas estratégias de identificação de *fake news*. A Federação Internacional de Associações e Instituições Bibliotecárias (International Federation of Library Associations and Institutions – IFLA) orienta seguir-se alguns passos:

²⁶ Site da FIOCRUZ: link da notícia <https://informe.ensp.fiocruz.br/noticias/51261>.

- 1) verificar a fonte, pois notícias falsas não são ordinária e propositalmente veiculadas por grandes e conhecidos portais de mídia e, nesse aspecto, o nome do domínio do site;
- 2) ler mais – outras histórias da fonte são igualmente falsas;
- 3) investigar fontes de apoio – a notícia encontra-se isolada em apenas uma fonte;
- 4) apurar se o autor é pessoa desconhecida ou não há indicação do autor;
- 5) analisar a manchete – principalmente se estiver em desacordo com o conteúdo ou mesmo dando a entender que trata-se de uma notícia, porém, em realidade, é uma opinião (vício de apresentação).

Em seu artigo “O Tratamento Jurídico das Notícias Falsas (fake news)”, Gustavo Arthur Coelho Lobo de Carvalho e Gustavo Guilherme Bezerra Kanffer descrevem um estudo da Associação dos Especialistas em Políticas Públicas de São Paulo realizado com a finalidade de mapear os maiores sites de divulgação de fake news e desinformação. Foram divulgadas algumas características comuns verificadas nesses sites:

“(…) (i) foram registrados com domínio .com ou .org (sem o .br no final), o que dificulta a identificação de seus responsáveis com a mesma transparência que os domínios registrados no Brasil; (ii) não possuem qualquer página que identifique seus administradores, corpo editorial ou jornalistas (quando existe, a página 'Quem Somos' não diz nada que permita identificar as pessoas responsáveis pelo site e seu conteúdo; (iii) as "notícias" não são assinadas; (iv) as "notícias" são cheias de opiniões — cujos autores também não são identificados — e discursos de ódio; (v) intensa publicação de novas "notícias" a cada poucos minutos ou horas; (vi) possuem nomes parecidos com os de outros sites jornalísticos ou blogs autorais já bastante difundidos; (vii) seus layouts deliberadamente poluídos e confusos fazem com que se assemelhem a grandes sites de notícias, o que lhes confere credibilidade para usuários mais leigos; (viii) são repletas de propagandas, o que significa que a cada nova visualização, o dono do site é remunerado”. (<https://www.facebook.com/aeppsp/posts/988109141333391>)

Conclui-se que a população tem, na era da informação, das tecnologias e do conhecimento, um grande desafio, qual seja aprender a utilizar cada recurso de forma crítica, adequada, somando no desenvolvimento social e pessoal de cada cidadão. A busca será sempre a do bem-estar e de não tornar-se refém do *modus operandi* de certos grupos, empresas ou pessoas mal intencionadas.

É preciso que as instituições brasileiras permaneçam estáveis e aperfeiçoando-se na capacitação, afim de poder propor e implementar, cada vez mais eficientemente, soluções necessárias aos conflitos existentes e os novos.

O ser humano se adapta mas é inquieto. Sempre haverá alguém buscando formas de burlar normas, alçar-se ao poder mais elevado, se aproveitar do *status quo* eventualmente fragilizado, para atingir desejos e necessidades em detrimento dos demais.

Entretanto, é notório que governos sempre passam, mas as instituições democráticas devem permanecer funcionando e cumprindo sua função social.

“Mudar é complicado, mas se acomodar é perecer”.

(Mario Sérgio Cortella)

VI – REFERÊNCIAS

BRAGA, Renê Moraes da Costa. **A indústria das fake news e o discurso de ódio**. In: PEREIRA, Rodolfo Viana (Org.). Direitos políticos, liberdade de expressão e discurso de ódio. Volume I. Belo Horizonte: IDDE, 2018. p. 203-220. ISBN 978-85-67134-05-5. Disponível em: <https://goo.gl/xmUwkd>. Acessado em 15 de setembro de 2021.

CÂMARA DOS DEPUTADOS. **Projeto do Senado de combate a notícias falsas chega à Câmara**. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/noticias/673694-projeto-do-senado-de-combate-a-noticias-falsas-chega-a-camara>. Acessado em: 24 de julho de 2021.

CARDOSO, Ivelise de Almeida. **Propagação e influência de pós-verdade e fake news na opinião pública**. 2019. Dissertação (Mestrado em Interfaces Sociais da Comunicação) - Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2019.

COSTA, Maria Cristina Castilho Costa. **Liberdade de Expressão e Campanhas Eleitorais**. In: COSTA, Maria Cristina Castilho; BLANCO, Patrícia (org.). Liberdade de expressão e campanhas eleitorais - Brasil 2018. 21. ed. São Paulo: Eca-usp, 2019. Cap. 4. p. 36.

DELMAZO, C., VALENTE, J. C. L. (2018). **Fake news nas redes sociais online: propagação e reações à desinformação em busca de cliques**. *Media & Jornalismo*, 18(32), 155-169. https://doi.org/10.14195/2183-5462_32_11

FAUSTINO, André. **Fake News – A Liberdade de Expressão nas Redes Sociais na Sociedade da Informação**. Lura Editorial. São Paulo. 2019.

GIORDÃO, Mariana; OLIVEIRA, Mila de. **O Impacto das Fake News na Sociedade**. Disponível em: <https://www.geacomunicacao.com.br/insights/o-impacto-das-fake-news-na-sociedade/> Acessado em: 24 de julho de 2021.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo. Editora Aleph. 2015.

LISBOA, Marcos Vinícius. “**Para onde vai a política na era das redes sociais?**”. Conexão UFRJ. 20/07/2017. Disponível em: <https://conexao.ufrj.br/2017/07/para-onde-vai-a-politica-na-era-das-redes-sociais/> Acesso em: 16/12/2022.

LONGHI, João Victor R. **Responsabilidade civil e redes sociais: retirada de conteúdo, perfis falsos, discurso de ódio e fake news**. Indaiatuba, SP. Editora Foco, 2020.

MENDONÇA, Analméria da Silva Cabral de. **Liberdade de expressão nas mídias virtuais: discursos de ódio e notícias falsas como meios de violação dos Direitos Humanos nas interlocuções virtuais**. 2019. Dissertação (Mestrado em Direitos Humanos) – Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2019.

PENNAFORT, Roberta. **É #FAKE** que foto mostre caixão enterrado vazio para inflar dados de mortos por coronavírus em Manaus. G1. 30/04/2020. Disponível em: <https://g1.globo.com/fato-ou-fake/coronavirus/noticia/2020/04/30/e-fake-que-foto-mostre-caixao-enterrado-vazio-para-inflar-dados-de-mortos-por-coronavirus-em-manaus.ghtml>. Acesso em: 16/12/2022.

RIGUES, Rafael. “**Desinformação é o mais novo produto à venda na Deep Web**”. Olhar Digital. 01/10/2019. Disponível em: <https://olhardigital.com.br/2019/10/01/noticias/desinformacao-e-o-mais-novo-produto-a-venda-na-deep-web/> Acesso em: 16/12/2022.

SCHWARZ, Stephane de Freitas. **Análise forense de plataformas digitais para detecção de notícias falsas e ataques de phishing mediante decomposição de textos.** 2021. 1 recurso online (62 p.) Dissertação (mestrado) – Universidade Estadual de Campinas, Instituto de Computação, Campinas, SP.

SOUZA, R. M. **Investigando as fake news:** análise das as agências fiscalizadoras de notícias falsas no Brasil. In: XXII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, 2017, Volta Redonda. Divisão Temática - Jornalismo, 2017.