

PARECER FINAL DE TCC

ALUNO: INGREDE EDUARDA MUNIZ AZEVEDO

TEMA: ELEIÇÕES 2,0: FAKE NEWS E PÓS VERDADE NA ELEIÇÃO PRESIDENCIAL DE 2018

ANÁLISE DO ORIENTADOR:

O trabalho traz um assunto atual e de grande importância. Em relação à metodologia/ABNT/ortografia, atende aos requisitos.

A aluna foi empenhada na elaboração da sua pesquisa. Por tudo isso autorizo o depósito do presente trabalho e o seu julgamento perante a Banca Julgadora, opinando por sua aprovação.

Caruaru,.06 de abril de 2020



Prof. OSÓRIO CHALEGRE

**ASSOCIAÇÃO CARUARUENSE DE ENSINO SUPERIOR
CENTRO UNIVERSITÁRIO TABOSA DE ALMEIDA – ASCES/UNITA**

BACHARELADO EM DIREITO

INGREDE EDUARDA MUNIZ AZEVEDO

**ELEIÇÕES 2.0: FAKE NEWS E PÓS VERDADE NA ELEIÇÃO
PRESIDENCIAL DE 2018**

CARUARU

2020

INGREDE EDUARDA MUNIZ AZEVEDO

**ELEIÇÕES 2.0: FAKE NEWS E PÓS VERDADE NA ELEIÇÃO
PRESIDENCIAL DE 2018**

Artigo científico submetido ao Curso de Graduação em Direito do Centro Universitário Tabosa de Almeida (Asces-Unita), como requisito para obtenção do título de Bacharel em Direito.

Orientador: **Prof Osório Chalegre**

CARUARU

2020

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	7
1. DEMOCRACIA.....	9
1.1 DIREITOS POLÍTICOS	5
1.2 OBJETIVOS DO PROCESSO ELEITORAL EM UMA DEMOCRACIA E REPRESENTAÇÃO POLÍTICA	7
1.1.2 ELEIÇÕES LIMPAS	7
2. ELEIÇÕES 2.0: FAKE NEWS, AGENTES INTELIGENTES E INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL	14
3. ELEIÇÕES PRESIDENCIAIS NO BRASIL: IMPACTO DA FAKE NEWS E ROBÔS NO PROCESSO ELEITORAL	19
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	21
REFERÊNCIAS.....	26

AGRADECIMENTOS

À Deus, pela realização de um sonho

A minha família, em especial minha mãe e minha avó por todo apoio.

Aos ilustres professores deste Centro Universitário.

Gratidão!

RESUMO

O presente trabalho busca analisar os efeitos das *Fake News* a luz do Direito eleitoral. Procurando responder a seguinte indagação: Como a veiculação das *Fakes News* pode afetar a democracia? Tem como objeto de pesquisa a identificação dos impactos causados pela *Fake News* na formação pessoal da opinião eleitoral. A presente pesquisa emprega o método qualitativo e se utiliza de pesquisas governamentais e internacionais para obter dados oficiais, bem como da pesquisa bibliográfica, atendo-se a análise de conteúdo. O trabalho argumenta sobre o uso de *Fake News* nas eleições brasileiras de 2018, apontando as redes sociais e os Robôs 'Bots' como os principais veiculadores de tal ferramenta de alienação, debatendo ainda sobre a responsabilização civil dos provedores de internet. Os resultados indicam que o uso de *Fake News* nas eleições presidenciais atinge diretamente as opiniões eleitorais, influenciam e guiam debates políticos, além de iniciar uma nova era digital, a era da desinformação, constituindo-se assim uma contribuição prejudicial a democracia.

PALAVRAS-CHAVE: *Fake News, Robôs Bots, Internet, Eleições presidenciais.*

ABSTRACT

This work seeks to analyze the effects of Fake News in the light of electoral law. Seeking to answer the following question: How can the placement of Fakes News affect democracy? The object of research is the identification of the impacts caused by Fake News on the personal formation of electoral opinion. This research employs the qualitative method and uses government and international research to obtain official data, as well as bibliographic research, and content analysis is based. The paper argues about the use of Fake News in the 2018 Brazilian elections, pointing to social networks and Bots Robots as the main vehicle players of such an alienation tool, also debating the civil accountability of internet providers. The results indicate that the use of Fake News in the presidential elections directly reaches electoral opinions, influences and guides political debates, in addition to starting a new digital age, the era of misinformation, thus constituting a detrimental contribution to democracy.

KEYWORDS: Fake News, Robot Bots, Internet, Presidential elections.

INTRODUÇÃO

Em março de 2018, a Rede Social *Facebook* sofreu um impacto devido à descoberta de que as informações de mais de 50 milhões de usuários, cadastrados na rede, foram utilizadas sem permissão pela empresa americana Cambridge Analytica com a finalidade de realizar propaganda política.

A empresa teve acesso a rede de dados graças a um aplicativo de teste psicológico lançado em sua própria rede social, os participantes entregaram a Cambridge não só suas informações pessoais como as informações de todos os seus amigos virtuais. O Jornal *The New York Times* e o Jornal *The Guardian*¹, denunciaram e geraram dúvidas sobre a confiabilidade da empresa em relação aos dados de seus usuários.

A Cambridge Analytica teria comprado o acesso a informações pessoais de usuários do Facebook e utilizando-as para criar um sistema que permitiu influenciar e prever a escolha de cada eleitor na urna, assim apontam as investigações dos jornais anteriormente citados. A informação propagada pelos jornais gerou uma grande onda negativa que questionou sobre a proliferação de *Fake News* nas eleições norte americana. O resultado desse escândalo foi a queda nas ações do *Facebook* na Bolsa de Tecnologia dos EUA, além de tornar a empresa um alvo dos governos Americano e Britânico.

No Brasil a Lei 12. 965 prevê sanções criminais, cíveis e administrativas para quem viola o sigilo das redes de dados na internet, no entanto exime de responsabilização o provedor de internet que gere danos a terceiros, desta forma não responsabilizando os propagadores de *Fake News*. Nas eleições presidenciais de 2018 o TSE (Tribunal Superior Eleitoral)² reuniu-se com o Conselho Consultivo sobre Internet e Eleições com a intenção de analisar o impacto das *Fake News* no primeiro turno das eleições.

O TSE³ tem adotado discursos rígidos quando o assunto é *Fake News*, o Ministro Luiz Fux, ex-presidente do TSE, frisa a importância da participação cidadã no combate

¹ Reportagem sobre o escândalo de uso político de dados que derrubou o valor do facebook. Disponível em : <https://g1.globo.com/economia/tecnologia/noticia/entenda-o-escandalo-de-uso-politico-de-dados-que-derrubou-valor-do-facebook-e-o-colocou-na-mira-de-autoridades.ghtml>.

² BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. Conselho Consultivo sobre internet e eleições, discute impacto das fakenews. Disponível em <<http://www.tse.jus.br/imprensa/noticias-tse/2018/Outubro/conselho-consultivo-sobreinternet-e-eleicoes-discute-impacto-das-fake-news>>

³ BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. Brasília. Disponível em <<https://www.tse.jus.br>>

as informações falsas (*Fake News*) e enfatiza seu grande risco a democracia uma vez que esta pode chegar a anular uma eleição caso seja comprovado que algum candidato se beneficiou delas.

Este trabalho será limitado a analisar como a *Fake News* pode afetar a democracia e debater sobre responsabilidade civil dos provedores de internet, ainda se busca a análise de Projetos de Lei que tramitam atualmente. Trata-se de uma pesquisa quali-quantitativa, e se utiliza de pesquisas governamentais e internacionais para obter dados oficiais, bem como da pesquisa bibliográfica, atendo-se a análise de conteúdo.

A importância deste estudo se dá pela forte vulnerabilidade do eleitor diante do vasto acesso à informação e dos possíveis danos causados pelas *Fake News*, buscando uma maneira de estabelecer sanção aos desenvolvedores e aos propagantes.

O trabalho está estruturado em 3 pontos, o primeiro deles trata da democracia como direito indispensável para o exercício da cidadania, o segundo explana sobre agentes inteligentes e *Fake News*, e por fim, o terceiro ponto trata dos impactos eleitorais causados pelo uso das *Fake News*. E concluindo a pesquisa, as considerações finais, realizando uma articulação entre os objetivos de pesquisa, e os dados coletados.

1. DEMOCRACIA

A palavra democracia deriva dos termos “demo” (povo) e “cracia” (governo), a democracia é o governo que emana do povo e para o povo, uma vez que se transfere ao povo o poder de tomar as decisões que interferem diretamente em seu dia a dia subtende-se que haverá um grau mínimo de educação que possibilite a esse mesmo povo a faculdade de uma escolha, consciente e pensada.

A democracia exalta a soberania popular, segundo Henri Lefebvre, *apud* Ramayana “A democracia não é outra coisa que a luta pela democracia”, no entanto preconiza Oliveira Vianna *apud* Agra⁴ que o povo brasileiro não chegou a formar uma tradição democrática e que os comícios eleitorais não passam de uma comodidade. Em que pese à opinião dos renomados doutrinadores a democracia exala diretrizes políticas que são governadas pela própria população, no entanto seria errôneo afirmar que as decisões tomadas em uma democracia indireta consiga agradar a totalidade da população, isso se deve a premissa de que nem sempre a decisão dos governantes eleitos pelo povo seja de fato a vontade do povo.

De acordo com Sartori (1995, p. 266) a expressão democracia surgiu em Heródoto e sua principal finalidade é representar a maioria popular. Apesar do fato de que as eleições são decididas pela maioria dos votos, o governo que exclui as minorias não pode intitular-se democrático.

Em que pese a classificação, a democracia pode ser taxada como: democracia liberal e democracia social, a primeira adequa-se a livre iniciativa, ou seja, a participação do estado é deixada de lado, a segunda trata do encaixe que a ordem econômica e financeira estabelece com a justiça social.

Segundo Ramayana⁵ a democracia também pode ser classificada em direta, indireta e semidireta ou plebiscitária. Na primeira o povo é quem decide e há uma ausência de representantes políticos, na segunda se lida com o princípio da delegabilidade da soberania popular (os eleitores escolhem o candidato que irá delegar) e o princípio da imediatividade do voto onde são eleitos colegiados de delegados eleitorais, e finalmente

⁴ AGRA, Walber de Moura. **Elementos de direito eleitoral**. São Paulo: Saraiva, 2º ed., 2010.

⁵ RAMAYANA, Marcos. **Direito eleitoral**. 13. ed. Niterói: Impetus, 2012.

na democracia semidireta a soberania popular será externada direta e indiretamente. Ramayana preconiza ainda que até mesmo os regimes não democráticos possuem laços com a lei e a participação prévia.

Ainda de acordo com o citado doutrinador:

No Brasil, a Constituição Federal vigente retrata nitidamente a democracia plebiscitária ou semidireta, através da adoção de instrumentos democráticos como o referendo, plebiscito, controle popular nas contas municipais (art. 31, §3, CF), iniciativa popular de projetos de lei e vários outros. (Ramayana, p. 23)

Na opinião de Agra a democracia poderá ser legitimada pelo povo com base na igualdade, dignidade da pessoa humana e liberdade, sendo classificada em formal ou material, esta significa o poder das regras que delegam ao povo o poder de escolha e aquela teria uma carga social, como renda, educação, entre outros.

A democracia é uma conquista necessária e fundamental, o Estado democrático assegura aos seus cidadãos uma proteção que as leis por si só não conseguem abranger com tamanha profundidade. É necessário que haja respeito e compreensão cidadã no que concerne ao uso político de direitos.

1.1 DIREITOS POLÍTICOS

Os direitos políticos estão intimamente ligados ao exercício da soberania popular e promove o direito de escolha por parte do cidadão, o que possibilita uma ordem pública segundo Kelsen⁶. A Constituição determina em seu artigo 14 que a soberania se dará por meio do sufrágio universal e pelo voto secreto, e de igual valor para todos.

O sufrágio é o direito de votar ou ser votado, podendo ser indireto ou direto, ficando privado aos cidadãos brasileiros os direitos políticos, sendo assim estão impedidos de participar da vida ativa eleitoral os estrangeiros em tempo de serviço militar, no que tange ao direito de elegibilidade o artigo 15, §§ 3º e 4º da Constituição Federal⁷ preconiza:

⁶ KELSEN, Hans. **Teoria Geral do Direito e do Estado**. Trad. Luís Carlos Borges. 3. ed. São Paulo: Martins Fontes:1988.

Art. 15

(...)§ 3º São condições de elegibilidade, na forma da lei: I - a nacionalidade brasileira; II - o pleno exercício dos direitos políticos; III - o alistamento eleitoral; IV - o domicílio eleitoral na circunscrição; V - a filiação partidária; VI - a idade mínima de: a) trinta e cinco anos para Presidente e Vice-Presidente da República e Senador; b) trinta anos para Governador e Vice-Governador de Estado e do Distrito Federal; c) vinte e um anos para Deputado Federal, Deputado Estadual ou Distrital, Prefeito, Vice-Prefeito e juiz de paz; d) dezoito anos para Vereador.

§ 4º São inelegíveis os inalistáveis e os analfabetos.

Os direitos políticos podem ser divididos em positivos e negativos, os primeiros dizem respeito a livre escolha do cidadão e aqueles remetem ao direito de ser votado, segundo Agra a capacidade eleitoral do cidadão inicia com o alistamento e concretiza-se com o voto, já a parte passiva efetiva-se com as condições de elegibilidade.

Também se faz possível à perda desses direitos nos casos expostos no rol taxativo do artigo 15, caput, da Constituição:

Art. 15 - É vedada a cassação de direitos políticos, cuja perda ou suspensão só se dará nos casos de: I - Cancelamento da naturalização por sentença transitada em julgado; II - Incapacidade civil absoluta; III - Condenação criminal transitada em julgado, enquanto durarem seus efeitos; IV - Recusa de cumprir obrigação a todos imposta ou prestação alternativa, nos termos do art. 5º, VIII; V - Improbidade administrativa, nos termos do art. 37, § 4º.

A diferença entre a perda e a suspensão desses direitos estaria no tempo, enquanto no primeiro caso esses direitos jamais poderiam ser recuperados no segundo caso apenas estariam restritos por tempo determinado. Ainda expondo a doutrina, Agra afirma que os direitos políticos se diferenciam dos demais pois não podem ser dispostos e nem cassados, já que estes atos não correspondem aos de um estado democrático de direito.

Após a exposição das classificações e das prerrogativas que a Lei estabelece para que tanto a candidatura quanto voto estejam seguros, é importante falar sobre as condições que esta estabelece também para que os cidadãos cheguem ao posto de candidato, no artigo 14, §3º da CF o legislador elenca as condições para que ocorra uma elegibilidade na forma da Lei, a saber: a nacionalidade brasileira, o pleno exercício dos direitos políticos, o alistamento eleitoral e o domicílio eleitoral na circunscrição, nesta ordem. É válido ressaltar que para que haja um

sistema democrático de escolha, três são os instrumentos a serem analisados: pluralismo, participação popular e cidadania.

1.2 OBJETIVOS DO PROCESSO ELEITORAL EM UMA DEMOCRACIA E REPRESENTAÇÃO POLÍTICA

Para que as eleições sejam de fato democráticas existe uma lista de procedimentos que devem ser analisados com atenção, a teoria da representação surge com o intuito de nomear alguns indivíduos aptos a elegibilidade para que esses governem em nome de uma maioria, alguns doutrinadores expõem outras teorias dentro dessa teoria, uma delas seria a teoria do mandato vinculante e a outra seria a teoria do mandato discricionário.

A teoria da representação do mandato vinculante está ligada a uma falta de liberdade do mandatário para tomar decisões sem observar a vontade popular, podendo ocorrer revogação do mandato por parte da população, e a Teoria do mandato discricionário impõem uma liberdade ao cidadão que foi eleito, no entanto ainda obedecendo a soberania popular.

Como dito anteriormente, a soberania popular é fundamental para que a democratização do estado seja concreta, o poder de votar, de ser votado e o “ter em que votar” é fundamental para que o cidadão empodere seu espírito democrático, seguindo este raciocínio surge os partidos políticos que consistem em grupos legitimados e legalizados. Esses grupos elegem representantes e os lançam como candidatos a serem votados pela população, quando eleitos, iniciam seus mandatos.

Visando assegurar o mandato o legislador criou o princípio da anterioridade eleitoral, que estabelece um prazo mínimo para que se façam mudanças na Lei Eleitoral, segundo Agra (2010) a finalidade deste princípio é impedir que o Poder Legislativo conseguisse estabelecer mudanças que pegue de surpresa os partidos, candidatos e eleitores, o que poderia acarretar em uma influência no resultado das eleições.

1.2.1 ELEIÇÕES LIMPAS

A lisura eleitoral é um princípio assegurado pela Constituição Federal de 1988 e garante um pleito límpido e correto, segundo SOUZA⁸ um pleito que respeite a Constituição somente

⁸ SOUZA, Ingra. **A pretensa lisura do pleito à luz de institutos e princípios do direito eleitoral**. Disponível em <<https://www.conteudojuridico.com.br/consulta/Artigos/52478/a-pretensa-lisura-do-pleito-a-luz-de-institutos-e-principios-do-direito-eleitoral>>. Acesso em 11/09/2019.

é possível quando existir a igualdade entre os candidatos, havendo assim um combinado dos artigos 14, § 9 e 23, ambos da Constituição Federal.

Ainda segunda a autora supracitada, este princípio eleitoral simboliza um pacto do estado com o povo em geral, até mesmo com aqueles que não possuem direitos políticos, sendo assim, torna-se indispensável para o correto tramite das eleições. Sendo assim a autora enfatiza a maior fiscalização do Estado:

Assim, a Justiça Eleitoral, através dos tribunais eleitorais, tanto superior quanto regionais, bem com dos demais órgãos e entidades que compõem o ordenamento, estreitam laços e promovem cada vez mais campanhas de conscientização quanto ao processo eleitoral, à necessidade da lisura do pleito e à conservação do sufrágio universal, a fim de atingir a toda a população, mas principalmente à parcela mais castigada.

Em conjunto com princípio da moralidade, este princípio busca assegurar a idoneidade dos candidatos, bem como a defesa dos participantes eleitorais e do povo em geral, segundo Rodrigues e Jorge⁹ a moralidade é um dos princípios que regem as eleições como um todo já que aqueles que não se enquadram nos requisitos deste, não está autorizado a candidatar-se.

O princípio de lisura tutela a ética necessária para que o processo eleitoral seja feito de forma limpa, respeitando todos os tramites pré-determinados pela Constituição Federal de 1988, a lisura não é responsabilidade apenas dos partidos eleitorais e dos candidatos, mas também dos eleitores e dos fiscais da Lei.

Ramayana entende que a intangibilidade dos votos demonstra uma ética jurídica. Quando questionada sobre a influência que as Fake News (notícias falsas) causam no voto do eleitor e se essa inovação afetou os votos no primeiro turno das eleições brasileiras de 2016, a Ministra Rosa Weber declarou que as notícias falsas não são a grande novidade, e sim a velocidade de propagação das mesmas e que de fato esse fenômeno atenta a Justiça Eleitoral.

Anteriormente o Ministro Luiz Fux já havia chamado atenção para a importância de combater as *Fake News* e os efeitos das mesmas nos resultados de um processo eleitoral, frisando inclusive uma suposta anulação das eleições. Eleições que não respeitam o princípio

⁹ RODRIGUES, Marcelo. JORGE, Flávio. **Manual de direito Eleitoral**. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2014.

da lisura ferem diretamente a soberania popular, e sem soberania popular não há espaço para a democracia

2. ELEIÇÕES 2.0: FAKE NEWS, AGENTES INTELIGENTES E INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL

Não existe uma data oficial que marque o início das *Fake News*, no entanto, seu principal destaque ocorre em 2016 nas corridas eleitorais pela presidência americana, as notícias falsas possuem um poder viral que obtém maior força entre os indivíduos que se utilizam da internet para atualizar-se.

Segundo Allcott e Gentzkow¹⁰ o conceito de *Fake News* se restringe a notícias que são criadas visando a ilusão dos leitores, sendo as principais características destas a velocidade e o alcance com que essas informações são veiculadas.

O Brasil é um dos 17 países onde a página do Facebook consegue realizar uma filtragem de notícias falsas, excluindo-as automaticamente. Entretanto, as *Fake News* migraram para a rede de mensagens *WhatsApp*, onde são divulgadas com maior facilidade e pouca possibilidade de ações para que sejam combatidas, pois as conversas são pessoais e criptografadas.

A Agência Lupa¹¹ realizou uma pesquisa solicitada pela Universidade de São Paulo (USP) e a Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), analisando o grau de veracidade das 50 imagens mais compartilhadas no WhatsApp no período de 16 de agosto a 07 de outubro de 2018, e concluiu que:

Oito das 50 fotos foram consideradas falsas; 16 eram reais, mas usadas fora de contexto ou com dados distorcidos; quatro eram insustentáveis, ou seja, não se baseiam em nenhum banco de dados público confiável. Isso significa que 56% das imagens mais compartilhadas nesses grupos eram enganosas. Apenas 8% das 50 imagens mais populares nesse universo foram consideradas verdadeiras. (TARDÁGUILA, BENEVENUTO E ORTELLADO)¹¹

¹⁰ ALLCOTT, H., & GENTZKOW, M. (2017). **Social media and fake news in the 2016 election**. National Bureau of Economic Research.

¹¹ BRASIL. FOLHA DE SÃO PAULO. O (in) acreditável mundo do WhatsApp. Disponível em <<https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/2018/10/17/whatsapp-lupa-usp-ufmgimagens/>>

A Pesquisa com eleitores e não eleitores de Jair Bolsonaro¹² do Grupo de Pesquisa em Políticas Públicas para o Acesso à Informação, apresentou dados afirmando que 31% dos eleitores de Bolsonaro têm acesso a informações políticas por Rede de TV E 27% deles acessam informações em *sites* de notícias, e que 85% dos eleitores do atual presidente afirmam que a internet permite descobrir verdades que a TV ou jornais querem esconder.

As informações inverídicas fizeram suas primeiras aparições já no século XVI sendo intituladas de “paquins” e veiculadas via charges ou jornais, no entanto, não para por aí, no século XVII, Darton¹³relata o uso das “canards” (gazetas que veiculavam notícias falsas).

Para que a notícia seja considerada *Fake News* precisa que haja uma mobilização de um grande público, nesse grupo devem estar inclusos testemunhas, aliados, oposições e pessoas que desmintam as “houaxes” (Termo criado nos Estados Unidos para as false notices).¹⁴

É fato que existe uma combinação entre a ausência de normas e a disseminação das notícias falsas, segundo Guess, Nyhanne e Reifler¹⁵ estamos vivendo um “novo tipo de desinformação política” que tem uma finalidade lucrativa, sem falar da dificuldade que algumas URL (forma de apresentação de documentos virtuais) apresentam para que se chegue ao verdadeiro autor das notícias, isso deve-se a tecnologia utilizada por essa ferramenta, uma vez que gera um endereço único para cada documento.

No Brasil, o termo *Fake News* é utilizado para intitular a notícia falsa e particularmente digital que é propagada de forma eficiente e rápida, estas são transmitidas por mensagem de texto, imagens, sites e redes sociais, sendo assim são criados perfis falsos que aderem determinada imagem como forma de identidade visual, com a finalidade de enganar e manipular as ideias pessoais, os conteúdos propagados são guardados em nuvens.

¹² BRASIL. **Monitor das ruas Grupo de Pesquisa em Políticas Públicas para o Acesso à Informação (GPoPAI-USP)**. Disponível em <<http://www.monitordigital.org/wpcontent/uploads/Municipal-Bolsonaro.pdf>>

¹³ DARNTON, R.. **A verdadeira história das notícias falsas**. El País, 2017. Disponível em <https://brasil.elpais.com/brasil/2017/04/28/cultura/1493389536_863123.html>.

¹⁴ BOUNEGRU, L., Gray, J., VENTURINI, T. & MAURI, M. (2017). **A Field Guide to Fake news. Public Data Lab**. Disponível em <<http://fakenews.publicdatalab.org/>>.

¹⁵ GUESS, A., NYHAN, B., & REIFLER, J. (2018). **Selective Exposure to Misinformation: Evidence from the consumption of fake news during the 2016 US presidential campaign**.

A jornalista Claire Wardle¹⁶ (jornalista) buscou transmitir uma melhor compreensão das *Fake News* e apontou os tipos de desinformação, em que pese, a sátira ou paródia (engana mas não tem o objetivo de causar um mal a outrem), falsa conexão (não possuem nexos com a notícia abordada), conteúdo enganoso (pretende difamar outra pessoa usando de falsos conteúdos), falso contexto (o conteúdo é verídico no entanto encontra-se fora de contexto), conteúdo impostor (utiliza nomes de marcas famosas e divulga-se falsas notícias), conteúdo manipulado (utiliza conteúdo verdadeiro e insere conteúdos falsos) e por fim, o conteúdo fabricado que possui caráter malicioso, propagando mentiras para difamar ou prejudicar a imagem de alguém.

A citada prática ainda não possui regulamentação ou responsabilidade dos produtores, a pesquisa brasileira de Mídia, (IBOPE,2016), afirmou que pelo menos 49% das pessoas se informam pela internet e segue afirmando que, inicialmente essa prática tem fins e intenções positivas, no entanto, algumas pessoas se aproveitam disso para agir de forma maliciosa, entrando em cena os chamados Social Bots (Robôs sociais).

Os Robôs *Bots* são agentes inteligentes e capazes, possuem forma autônoma, e capacidade de interação com um não robô, além da capacidade de locomoção, decisão de forma racional, auto-governança, atuação de forma propositada, não possuindo a capacidade de se adaptar a mudanças ocorridas no ambiente ou em si (Ribeiro Et Al., 2001; Murphy).¹⁷

Os Robôs '*Bots*' criam e divulgam as notícias falsas, misturando-as com notícias verídicas, e propagam links que podem chegar a roubar dados de redes pessoais do indivíduo que o acessa. Segundo Caroline Delmazo e Jonas C.L. Valente¹⁸: “Esse problema ganhou visibilidade pela capacidade de influenciar os sistemas políticos, especialmente processos eleitorais, e acentuar a polarização política.”.

Os Robôs Bots criam uma falsa sensação de polarização e acabam conseguindo um grande número de likes (curtidas) que resultam em um alcance maior, preconiza ainda que:

¹⁶ WARDLE, Claire. **Notícias falsas. É complicado.** Disponível em < <https://firstdraftnews.org/fake-news-complicated/>>. Acesso em 19/11/2019.

¹⁷ MURPHY, R. **Introduction to AI Robotics**, The MIT Press, Cambridge, MA. Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-17592007000200004> . Acesso em 19/11/2019.

¹⁸ DELMAZO, Caroline. VALENTE, Jonas C.L.. **Fake news nas redes sociais online: propagação e reações à desinformação em busca de cliques.** Disponível em <http://www.scielo.mec.pt/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S218354622018000100012&lang=pt> . Acesso em 15/11/2019.

Esse processo é desenhado por meio da atuação do que KUMAR ET AL. (2017) denomina “lobos solitários”, ou seja, usuários humanos que criam certa quantidade de contas falsas para operar sob os mesmos pretextos e premissas, coordenadas de modo a criar falsos consensos e suportes. As redes de bots, assim, operam de modo a aumentar rapidamente a visibilidade de uma informação falsa e a inflar o “status” de alguns usuários, fazendo perceber determinada informação falsa como crível. Essas ações potencializam a difusão das notícias falsas, na tentativa de influenciar a esfera pública, com a manipulação artificial de consenso e, do mesmo modo, da opinião pública. (CAROLINE DELMAZO E JONAS C.L. VALENTE)

Outras dificuldades encontradas são a dificuldade de ações em tempos reais, aprendizado online e ambientes estocásticos (considera-se uma coleção de variáveis aleatórias que é utilizada para observar eventos que acontecem ao longo do tempo). (Faria e Romero)¹⁹

Segundo Faria e Romero o aprendizado de um robô é uma tarefa árdua que consiste em fazer um robô aprender a desenvolver determinadas atividades sem que haja a necessidade de uma programação, devido a esse fato existe um grande interesse na automatização.

Ainda segundo os autores supracitados, os robôs possuem ações diferentes e imprevisíveis a depender dos ambientes em que estão inseridos, afirmando que:

pra cada ação realizada em um estado do ambiente o agente recebe uma recompensa. O agente não sabe qual é a melhor ação a tomar, como em muitas formas de aprendizado de máquina, por isso ele deve descobrir, através de tentativas, quais ações lhe rendem maior recompensa. (Faria e Romero).

Os estudos sobre detecção de robôs em redes sociais se inspiram no esforço para detecção e bloqueio de spams em sistemas de mensagem eletrônica. Nesse sentido, também estão presentes a análise de links compartilhados para identificar fazendas de links (empresas que administram robôs e vendem curtidas, retuítes, etc) e dinâmicas de interações (Ghosh Et Al)²⁰.

19 FARIA, Gedson. ROMERO, Roseli A. Francelin. **Navegação de robôs móveis utilizando aprendizado por reforço e lógica fuzzy.** Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-17592002000300002&lang=pt>

20 BRASIL. **Robôs, redes sociais e política: Estudo da FGV/DAPP aponta interferências ilegítimas no debate público na web.** GRASSI, Amaro. Freitas, Ana. CONTARATO, Andressa. TABOADA, Carolina. CARVALHO, Danilo. FERREIRA, Humberto. SILVA, Lucas Roberto da. LENHARD, Pedro. BASTOS, Rachel. TRAUMANN, Thomas. Disponível em <<http://dapp.fgv.br/robos-redes-sociais-e-politica-estudo-da-fgv-dapp-aponta-interferencias-ilegitimas-no-debate-publico-na-web/>>. Acesso em 12/06/2019.

O grupo de pesquisas GEPOPAL (Grupo de Pesquisa em Políticas Públicas para o Acesso à Informação)²¹ apurou que 12 milhões de pessoas propagam notícias falsas, não sendo possível confirmar quantos são pessoas reais e quantos são robôs, também é apontado por Cristina De Luca²² que grande problema da Fake News é a verossimilhança, é o momento de emoções em que esta é lançada, sendo assim, é coletada uma imagem verídica que é colocada dentro de outro contexto, falso, ou é forjado um áudio que a depender do contexto é tido como verídico devido a manipulação forjada, etc. Com este apoio os robôs conseguem massificar e divulgar determinado conteúdo.

Devido a essa massificação, a essa sensação de que o outro está errado as pessoas tendem a compartilhar mais as falsas notícias, sendo frisado o “processo de cultura da crença”, que ocorre quando apesar das pessoas acessarem as provas ainda não consegue verificar que aquele conteúdo é enganoso, sendo esse tipo de *Fake News* mais utilizado em períodos de grandes decisões.

O Aos Fatos²³ realizou a pesquisa sobre consumo de informação online e concluiu que 30% dos participantes confiam nas notícias compartilhadas quando conhecem quem as transmitiu, 43% das pessoas dizem não confiar nas informações veiculadas pelos aplicativos, metade dos participantes diz já terem tomados decisões baseado nas informações inverídicas, mais de 80% afirmaram nunca ter caído em *Fake News*, dos que se informam também por meios tradicionais dizem que checam a notícia estes correspondem a 62% dos entrevistados, sendo que 35% dizem possuir fontes pessoais e 42,5% dizem não possuir fontes.

²¹ BRASIL. **Monitor das ruas Grupo de Pesquisa em Políticas Públicas para o Acesso à Informação(GPoPAI-USP).** Disponível em <<http://www.monitordigital.org/wpcontent/uploads/Municipal-Bolsonaro.pdf>>

²² **FAKE NEWS.** Locução de: Cris Partes. Canal: b9.com.br: março de 2018. Mamilos. Disponível em < <https://open.spotify.com/episode/3NTsppq3Joxseb4wygpNft#> = >

²³ BRASIL. **Pesquisa sobre Consumo de Informação Online.** Aos Fatos. 26.jan.2018 a 28.jan.2018. Disponível em < https://aosfatos.org/media/cke_uploads/2018/03/01/relatorio-de-resultados-pesquisa-aos-fatos.pdf>

3. ELEIÇÕES PRESIDENCIAIS NO BRASIL: IMPACTO DA FAKE NEWS E ROBÔS NO PROCESSO ELEITORAL

Este ponto vem expor os impactos das fake News nas eleições presidenciais do ano de 2018, em que pese este ser o objeto do capítulo Gomes Et Al.²⁴ explica que o uso da internet nas campanhas já ocorre desde o ano de 2012, este recurso digital estaria dividido em quatro categorias: *Pré web*, *Protoweb*, *Web* e *Pós-web*.

A *Pré web* vincula-se ao não uso de redes nas campanhas, ou seja, os candidatos utilizam outros meios para chegar ao eleitor que não as redes sociais, já a *Protoweb* se caracteriza pela baixa interação com o eleitor e o uso de sites que demonstram as estatísticas eleitorais, já a *Web* tende a fazer uma interação com os eleitores a partir de sites que tendem a divulgar a campanha eleitoral, ou a própria página do candidato conseguindo essa ferramenta tende a formar conteúdos off-line, Braga e Carlomagno afirma em sua pesquisa, “Eleições como de costume? Uma análise longitudinal das mudanças provocadas nas campanhas eleitorais brasileiras pelas tecnologias digitais” (1998-2016), que é possível verificar que a intensidade com que se dá a exposição ao conteúdo eleitoral online é influenciador de ações off-line.

Por fim, a *Pós-web* vivenciada atualmente, estabelece uma campanha virtual que vai além das páginas políticas sendo difundida por redes sociais como o *WhatsApp*, que possui baixo custo e alto alcance além de ser facilmente rastreável devido a criptografia utilizada pelo aplicativo. Segundo Braga e Carlomagno o uso mais aplicado de redes sociais como instrumento de campanha ganhou destaque em 2010 devido à queda de restrições do uso de meios sociais pelos candidatos e as eleições presidenciais dos EUA no ano de 2008 devido à grande movimentação do *marketing* eleitoral, segundo este as mídias digitais já estão enraizadas na democracia atual: “Entretanto duas inovações podem ser detectadas nessas eleições: o surgimento das propostas de governo colaborativo por meio dos websites e o uso intenso do *Twitter* pelos candidatos presidenciais” (Rothberg²⁵; Barroso²⁶).

²⁴ BRAGA, Sérgio. CARLOMAGNO, Márcio. **Eleições como de costume? Uma análise longitudinal das mudanças provocadas nas campanhas eleitorais brasileiras pelas tecnologias digitais (1998-2016)**. Revista Brasileira de Ciência Política, nº26, p. 7-62, 2018.

²⁵ ROTHBERG, D. **A sociedade em rede e suas razões para o voto: impactos da internet sobre a dimensão sociopolítica**. IV Congresso Latino Americano de Opinião Pública da WAPOR. Belo Horizonte, Brazil, 2011.

²⁶ BARROSO, R. H. **Eleições presidenciais de 2010 nas redes sociais online**. Brasília: UnB. Monografia apresentada ao Instituto de Ciência Política da Universidade de Brasília como requisito para a obtenção do título de bacharel em Ciência Política, 2013.

Ainda no ano de 2010 verificaram-se as primeiras aparições de falsas notícias que buscam desconstruir a boa imagem dos candidatos, como algumas notícias que associaram a imagem da candidata Dilma Rousseff ao aborto, sendo esse fato decisivo para que as eleições fossem levadas ao segundo turno. (Ramos)²⁷

Também se verificou que alguns candidatos se aproveitaram do Twitter para promover maior destaque em debates eleitorais, (Aggio apud Braga e Carlomagno²⁴; Rossini e Leal²⁸). Preconiza Souza e Marques²⁹ que nas campanhas eleitorais de 2012 o *Facebook* assume juntamente com o *Twitter* a propagação de notícias e agendamento de pautas para debate. Já em 2014 ocorre uma polarização do *Facebook*, apesar de o *Twitter* possuir maior número de alcances:

Dentre os achados relevantes efetuados por essas pesquisas, podemos mencionar o mapeamento das diferentes estratégias discursivas elaboradas pelos candidatos por meio dos memes, que se convertem num elemento fundamental para a veiculação de mensagens irônicas e de desconstrução da imagem do adversário nas e-campanhas eleitorais no Brasil, especialmente pelos apoiadores dos candidatos, o elevado grau de articulação dos campos políticos na esfera virtual, especialmente as redes conservadoras, mais próximas a candidatos de direita, bem como as características inéditas do debate público que se travou no Facebook durante as eleições presidenciais de 2014 (Cervi, Massuchin e Cavassana).³⁰

Atualmente já se verifica uma pressão, ainda que pequena, para que as redes sociais sejam taxadas e penalizadas como editoras e não apenas como ferramentas neutras que são apenas objeto de compartilhamento das *Fake News* (Mamilos)³¹, uma vez que a pesquisa

²⁷ RAMOS, J. S. **Toma que o aborto é teu: a politização do aborto em jornais e na web durante a campanha presidencial de 2010**. Revista Brasileira de Ciência Política, n. 7. Brasília, p. 55-82, 2012

²⁸ ROSSINI, P. G. C.; LEAL, P. R. F. **Efeitos da campanha virtual no universo das mídias sociais: o comportamento do eleitor no Twitter nas Eleições 2010**. Revista Compolítica, v. 3, p. 7-28, 2013.

²⁹ SOUSA, C. H. P.; MARQUES, F. P. J. A. **Deliberação online em contextos de disputa eleitoral: Um estudo sobre as edições da Wikipédia durante as eleições de 2012 em São Paulo**. E-Legis, v. 21, p. 144-165, 2016.

³⁰ CERVI, E.; MASSUCHIN, M.; CAVASSANA, F. (Orgs.). **Internet e eleições no Brasil. Curitiba: CPOP (grupo de pesquisa em Comunicação Política e Opinião Pública)**. p. 430, 1. ed., E-book versão PDF, 2016.

³¹ **FAKE NEWS**. Locução de: Cris Partes. Canal: b9.com.br: março de 2018. Mamilos. Disponível em < <https://open.spotify.com/episode/3NTsspq3Joxseb4wygpNft#> = >

realizada pelo Instituto de Tecnologia de Massachusetts (MIT)³² concluiu que 70% das notícias falsas possuem mais chances de serem veiculadas nas redes sociais, em contrapartida os conteúdos verdadeiros chegam apenas em 1000 pessoas.

Em posicionamento oficial, o *Twitter* afirmou que:

O *Twitter* está comprometido em lutar contra a desinformação, esse é um trabalho contínuo que acontece independentemente de qualquer período ou evento específico e está entre as nossas prioridades, tanto é que recentemente divulgamos em nosso blog algumas de nossas iniciativas nessa frente, além disso, pelo fato do *Twitter* ser uma plataforma pública, aberta, e em tempo real, nossa comunidade global de usuários tem a possibilidade de ver, discutir e opinar sobre os mais variados conteúdos apresentando pontos de vista diversos e até contribuindo para o esclarecimento de informações imprecisas ou inverídicas. Consideramos esse engajamento fundamental porque acreditamos que numa sociedade que preza pela liberdade de expressão, não cabe as plataformas julgar o que é verdadeiro ou não. (*Twitter apud Mamilos*, 2018. GRIFO NOSSO).

O que chama atenção é que dentre esses números a maior quantidade de retuites são feitos por não robôs, ou seja, basta apenas estar dentro de uma bolha (grupos sociais) que as pessoas entendem que aquela informação não precisa ser verificada e sim transmitida. (MAMILOS)

No entanto é frisado pelos entrevistados do canal Mamilos³³ que as redes sociais são apenas o instrumento utilizado atualmente, e que anteriormente havia a presença de “jornaizinhos” que eram jogados nas ruas ou deixados nas portas das pessoas.

Argumentando também que apesar das redes serem usadas para essa finalidade, elas também possuem aspectos positivos e uma das saídas para que se reduza o número de falsas notícias veiculadas seria reestabelecer o hábito de leitura e procura pelas informações verídicas, já que este foi perdido.

O Tribunal Superior Eleitoral (TSE) e o Supremo Tribunal Federal (STF) já têm se posicionado de maneira rígida buscando barrar a Fake News do processo eleitoral e tem buscado responsabilizar os provedores de internet. Já no Congresso Nacional tramitam 8 Projetos de

³² DIZIKES, Peter. Instituto de Tecnologia de Massachusetts. **Study: On Twitter, false news travels faster than true stories.** MIT News Office. March 8 de 2018. Disponível em <<http://news.mit.edu/2018/study-twitter-false-news-travels-faster-true-stories-0308>>. Acesso em 12/11/2019.

³³ **FAKE NEWS.** Locução de: Cris Partes. Canal: b9.com.br: março de 2018. Mamilos. Disponível em <<https://open.spotify.com/episode/3NTsspq3Joxseb4wygpNft#> = >

Leis que buscam alterar o Código eleitoral, o Código penal e o Marco Civil da Internet, a exemplo o Projeto de Lei 9532 e alguns Projeto de Lei mais antigos como o 5475 do ano de 2013, além de um requerimento para criação de uma câmara que analise a responsabilidade civil dos provedores e também o anonimato e as questões econômicas que envolvem.(Paulo Renato *apud* Mamilos)

Ainda preconiza que qualquer projeto de lei ou lei promulgada que surgisse neste momento seria no mínimo prematuro, uma vez que ainda não existe um dialogo ou uma base social. Além de trazer alguns vícios jurídicos já debatidos no Marco Civil da Internet (2014), em que pese a imprecisão na terminologia, a imposição de um dever ao intermediário e a remoção imediata sob pena de multa, o que segundo ele, gera uma censura e atinge diretamente a liberdade de expressão.

Segundo o mesmo as terminologias como “notícias que possam distorcer a verdade” ou “notícias que possam corromper levemente ou gravemente o processo eleitoral”, questionando o que seria corromper levemente ou gravemente e por fim, o entrevistado cita “notícia prejudicialmente incompleta”.

Neste ano, o Congresso Nacional propôs o requerimento de nº 11³⁴ que tem como objeto a investigação, no prazo de 180 dias, de ataques cibernéticos que interfiram na democracia e no debate bem como o uso de perfis falsos que visam alterar a opinião das pessoas na eleição brasileira de 2018, buscando ainda conter o cyberbullying e o número de suicídios e crimes de ódio.

Também é válido ressaltar a CPMI (Comissão Parlamentar Mista de Inquérito) de nº 00259/2019³⁵ que busca debater o uso de criptomoedas como instrumento de financiamento para propagação de Fake News, narrando que a onda de desinformação é uma grave ameaça a democracia, além de interferir nas condutas sociais, a exemplo as vacinas.

Ressaltou ainda que:

Também a respeito das eleições de 2018, no dia 22 de outubro de 2019, a Deputada Federal Joice Hasselmann (PSL-PR) afirmou que cerca de R\$ 600 milhões teriam sido pagos em Bitcoin a "uma grande revista" para orquestrar uma série de matérias contra o atual presidente da República Jair Bolsonaro durante as eleições.

³⁴ BRASIL. Congresso Nacional. **Requerimento (CN) nº 11, de 2019**. Brasília.

³⁵ BRASIL. Congresso Nacional. **CPMI – Fake News 00259/2019**. Brasília.

Em setembro do mesmo ano, houve requerimentos para o debate sobre a proteção de dados. A PL 9647/2018³⁶ propõe uma responsabilização dos provedores de internet e visa alterar a Lei do Marco Civil, o Relatório Legislativo de número 62 de 2017³⁷ assevera que: “O combate às fake news demanda a ponderação entre dois valores constitucionais que são muito caros ao Estado Democrático: a liberdade de expressão e a proteção à intimidade, à honra e à imagem das pessoas.”

Freire *apud* Via Justiça ³⁸ entende que esse Projetos de Lei são totalmente inviáveis devido a altíssima multa empregada aos provedores, realizando também uma crítica a intervenção do governo em questões que segundo o mesmo são de cunho privado e não público.

Este mesmo relatório prevê a punibilidade dos provedores apenas quando houver uma ordem judicial que determine a retirada de determinado conteúdo e este não é realizado no prazo determinado, ficando o provedor sujeito ao pagamento de multas.

Após o debate de temas conclui-se que apesar da contribuição da tecnologia no mundo atual esta pode influenciar diretamente no dia-a-dia das pessoas de forma prejudicial, visando uma manipulação massificada a determinado pensamento sobre determinado tema ou questão social.

Preconizou Freire *apud* Via Justiça que é imprescindível que haja um combate ágil as notícias falsas, para isso precisa-se de um judiciário que aja de forma rápida devido aos grandes prejuízos em um curto espaço de tempo que uma notícia falsa pode causar dias antes de uma eleição ou para determinada empresa.

Ainda não existem ferramentas específicas que distinguem a *Fake News* da Liberdade de expressão, sendo assim o entrevistado segue afirmando que ainda que uma possível filtração de conteúdo por parte das redes sociais causaria uma espécie de censura, atualmente vedada pela Constituição Federal do Brasil, além de fugir da realidade financeira e social do país.

Cruvinel *apud* Via Justiça diz que não é a simples criação de uma Lei que irá fazer o problema das notícias falsas desaparecer, mas uma busca pela verdadeira notícia, que no seu ponto de vista teria mais eficácia do que uma Lei em si.

³⁶ BRASIL. **Projeto de Lei nº 9647/2018**. Brasília.

³⁷ BRASIL. **Relatório Legislativo de número 62 DE 2017**. Brasília.

³⁸ **FAKE NEWS**. Locução de: Carlo Menezes. Minas Gerais: Via Justiça: abril de 2018. Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=HzqYBvPrwI0>>

Por fim, Luiz Fux, ex-ministro do TSE deixou claro seu empenho contra a onda de desinformação, afirmando em sua posse que a legitimidade de uma candidatura pode ser gravemente ferida, e enfatizou que a luta não é contra a liberdade de expressão do cidadão e sim contra a notícia que fere a lisura e a transparência das eleições.

CONCLUSÕES FINAIS

O uso da Fake News no processo eleitoral, fere a democracia e interfere diretamente em debates ou até mesmo na vigência dos mandatos políticos. É necessário que haja uma eleição onde o princípio da lisura e a cordialidade sejam determinantes para o poder de convencimento do eleitor.

No entanto, o que se tem visto é uma onda de desinformação online que vem sendo disseminados para alterar opiniões e determinar as atitudes no mundo offline, é necessário que seja reavido o hábito de pesquisa, de busca pelos verdadeiros fatos, de uma “desconfiança” das informações recebidas de forma online.

Os atuais governantes mundiais tem passado a reger seu poder pelo Twitter declarando quais serão seus próximos passos no governo, a concorrência existente entre os canais de notícias online e os offline tem acirrado o mundo das informações, friso ainda que o jornalismo realizado de forma limpa, honesta e verídica nunca precisou se fazer tão presente, a pós verdade ainda é algo muito moderno para um direito que insiste em ser conservador, os projeto de lei atualmente existentes precisam de um impulsionamento de informação e aprimoramento.

É importante que haja uma responsabilização civil de provedores de internet, uma vez que esses além de permanecerem inertes são os principais canais de veiculação de Fake News. O mundo tende adotar cada vez mais a tecnologia, o uso de robôs, e apesar de benéfico o ingresso da tecnologia se faz necessário uma fiscalização rigorosa e persistente.

REFERÊNCIAS

- AGRA, Walber de Moura. **Elementos de direito eleitoral**. Revista e atualizada, 2º ed., 2010.
- ALLCOTT, H., & GENTZKOW, M. (2017). **Social media and fake news in the 2016 election**. National Bureau of Economic Research.
- BARROSO, R. H. **Eleições presidenciais de 2010 nas redes sociais online**. Brasília: UnB. Monografia apresentada ao Instituto de Ciência Política da Universidade de Brasília como requisito para a obtenção do título de bacharel em Ciência Política, 2013.
- BOUNEGRU, L., Gray, J., VENTURINI, T. & MAURI, M. (2017). **A Field Guide to Fake news**. Public Data Lab. Disponível em <<http://fakenews.publicdatalab.org/>>.
- BRAGA, Sérgio. CARLOMAGNO, Márcio. **Eleições como de costume? Uma análise longitudinal das mudanças provocadas nas campanhas eleitorais brasileiras pelas tecnologias digitais (1998-2016)**. Revista Brasileira de Ciência Política, nº26, p. 7-62, 2018.
- BRASIL. Congresso Nacional. **CPMI – Fake News 00156/2019**. Brasília.
- BRASIL. Congresso Nacional. **CPMI – Fake News 00259/2019**. Brasília.
- BRASIL. Congresso Nacional. **Requerimento (CN) nº 11, de 2019**. Brasília.
- BRASIL. **Constituição Federal**, de 1988. Brasília.
- BRASIL. FOLHA DE SÃO PAULO. O (in) acreditável mundo do Whatsaap. Disponível em <<https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/2018/10/17/whatsapp-lupa-usp-ufmgimagens/>>
- BRASIL. **Monitor das ruas Grupo de Pesquisa em Políticas Públicas para o Acesso à Informação (GPoPAI-USP)**. Disponível em < <http://www.monitordigital.org/wpcontent/uploads/Municipal-Bolsonaro.pdf>>
- BRASIL. **Pesquisa sobre Consumo de Informação Online**. Aos Fatos. 26.jan.2018 a 28.jan.2018. Disponível em < https://aosfatos.org/media/cke_uploads/2018/03/01/relatorio-de-resultados-pesquisa-aos-fatos.pdf>
- BRASIL. **Projeto de Lei nº 9647/2018**. Brasília.
- BRASIL. **Relatório Legislativo de número 62 DE 2017**. Brasília.
- BRASIL. **Robôs, redes sociais e política: Estudo da FGV/DAPP aponta interferências ilegítimas no debate público na web**. Disponível em <<http://dapp.fgv.br/robos-redessociais-e-politica-estudo-da-fgvdapp-aponta-interferencias-ilegitimas-no-debatepublico-na-web/>>
- BRASIL. **Robôs, redes sociais e política: Estudo da FGV/DAPP aponta interferências ilegítimas no debate público na web**. GRASSI, Amaro. Freitas, Ana. CONTARATO, Andressa. TABOADA, Carolina. CARVALHO, Danilo. FERREIRA, Humberto. SILVA, Lucas Roberto da. LENHARD, Pedro. BASTOS, Rachel. TRAUMANN, Thomas. Disponível em <<http://dapp.fgv.br/robos-redes-sociais-e-politica-estudo-da-fgvdapp-aponta-interferencias-ilegitimas-no-debate-publico-na-web/>>. Acesso em 12/06/2019.
- BRASIL. **Tribunal Superior Eleitoral**. Brasília.
- BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. **Justiça Eleitoral é confiável e comprometida com a lisura das eleições**. Disponível em <http://www.tse.jus.br/imprensa/noticias-tse/2018/Octubro/justica-eleitoral-e-confiavel-e-comprometida-com-a-lisura-das-eleicoes-diz-presidente-do-tse>
- CAMPOS, Lorraine Vilela. **O que são Fake News?**. Disponível em <<https://brasilecola.uol.com.br/curiosidades/o-que-sao-fake-news.htm>>

CERVI, E.; MASSUCHIN, M.; CAVASSANA, F. (Orgs.). **Internet e eleições no Brasil. Curitiba: CPOP (grupo de pesquisa em Comunicação Política e Opinião Pública)**. p. 430, 1. ed., E-book versão PDF, 2016.

DARNTON, R.. **A verdadeira história das notícias falsas**. El País, 2017. Disponível em <https://brasil.elpais.com/brasil/2017/04/28/cultura/1493389536_863123.html>.

DELMAZO, Caroline. VALENTE, Jonas C.L.. **Fake news nas redes sociais online: propagação e reações à desinformação em busca de cliques**. Disponível em <http://www.scielo.mec.pt/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S218354622018000100012&lang=pt>

DIZIKES, Peter. Instituto de Tecnologia de Massachusetts. **Study: On Twitter, false news travels faster than true stories**. MIT News Office. March 8 de 2018. Disponível em <<http://news.mit.edu/2018/study-twitter-false-news-travels-faster-true-stories-0308>>

FAKE NEWS. Locução de: Carlo Menezes. Minas Gerais: Via Justiça : abril de 2018. Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=HzqYBvPrwI0>>

FAKE NEWS. Locução de: Cris Partes. Canal: b9.com.br: março de 2018. Mamilos. Disponível em <<https://open.spotify.com/episode/3NTsspq3Joxseb4wygpNft#>>

FARIA, Gedson. ROMERO, Roseli A. Francelin. **Navegação de robôs móveis utilizando aprendizado por reforço e lógica fuzzy**. Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-17592002000300002&lang=pt>

GOMES, W.. FERNANDES, B.. REIS, L.. SILVA, T. **Politics 2.0: a campanha online de Barack Obama em 2008**. Revista de Sociologia e Política, 2017, p. 29-45, 2009.

GUESS, A., NYHAN, B., & REIFLER, J. (2018). **Selective Exposure to Misinformation: Evidence from the consumption of fake news during the 2016 US presidential campaign**.

KELSEN, Hans. **Teoria Geral do Direito e do Estado**. Trad. Luís Carlos Borges. 3. ed. São Paulo: Martins Fontes:1988.

MURPHY, R.. **Introduction to AI Robotics**, The MIT Press, Cambridge, MA. Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-17592007000200004>

PÓS-VERDADE E FAKE NEWS. Locução de: Conrado Corsalette. Canal: Nexo Jornal, maio de 2018. Politiquês. Disponível em: <<https://open.spotify.com/episode/0LExGbC0qEMJNgGyOKIyif?si=t18kvU-8SvulCVhJ63LtoA>>

RAMAYANA, Marcos. **Direito eleitoral**. 13. ed. Niterói: Impetus,2012.

RAMOS, J. S. **Toma que o aborto é teu: a politização do aborto em jornais e na web durante a campanha presidencial de 2010**. Revista Brasileira de Ciência Política, n. 7. Brasília, p. 55-82, 2012.

RECUERO, Raquel. GRUZD, Anatoliy. **Cascatas de Fake News Políticas: um estudo de caso no Twitter**. Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1982-25532019000200031&lang=pt>

RODRIGUES, Marcelo. JORGE, Flávio. **Manual de direito Eleitoral**. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2014.

ROSSINI, P. G. C.; LEAL, P. R. F. **Efeitos da campanha virtual no universo das mídias sociais: o comportamento do eleitor no Twitter nas Eleições 2010**. Revista Compolitica, v. 3, p. 7-28, 2013.

ROTHBERG, D. **A sociedade em rede e suas razões para o voto: impactos da internet sobre a dimensão sociopolítica.** IV Congresso Latino Americano de Opinião Pública da WAPOR. Belo Horizonte, Brazil, 2011.

SELVATICI, Antonio Henrique Pinto. COSTA, Anna Helena Reali. **Aprendizado da coordenação de comportamentos primitivos para robôs móveis.** Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-17592007000200004>

SOUSA, C. H. P.; MARQUES, F. P. J. A. **Deliberação online em contextos de disputa eleitoral: Um estudo sobre as edições da Wikipédia durante as eleições de 2012 em São Paulo.** E-Legis, v. 21, p. 144-165, 2016.

SOUZA, Ingra. **A pretensa lisura do pleito à luz de institutos e princípios do direito eleitoral.** Disponível em <<https://www.conteudojuridico.com.br/consulta/Artigos/52478/a-pretensa-lisura-do-pleito-a-luz-de-institutos-e-principios-do-direito-eleitoral>>. Acesso em 11/09/2019. A pretensa lisura d

SOUZA, Renato. **12 milhões de brasileiros compartilham fake news, diz pesquisa.** Disponível em <https://www.em.com.br/app/noticia/politica/2018/01/02/interna_politica,928147/12-milhoes-de-brasileiros-compartilham-fake-news-diz-pesquisa.shtml>

TUDISCO, Paula Melina Firmiano. **O mercado das fake news e os aspectos jurídicos.** Disponível em <<https://canaltech.com.br/internet/o-mercado-das-fake-news-e-os-aspectos-juridicos-110372/>>.

VALENTE, Jonas. **Pesquisa: notícias falsas circulam 70% mais do que as verdadeiras na internet.** Agência Brasil, 2018. Disponível em <<http://agenciabrasil.ebc.com.br/pesquisa-e-inovacao/noticia/2018-03/pesquisa-noticias-falsas-circulam-70-mais-do-que-verdadeiras-na>>

VIANNA, Francisco José de Oliveira. **Instituições políticas brasileiras.** Brasília: Conselho Editorial do Senado Federal, 1999.

WARDLE, Claire. **Notícias falsas. É complicado.** Disponível em <<https://firstdraftnews.org/fake-news-complicated/>>