

**“FAKE NEWS”: OS (DES)CAMINHOS DA COMUNICAÇÃO
POLÍTICA E NOVAS FERRAMENTAS JURÍDICAS DE CONTROLE
PATROCINADAS PELA RESOLUÇÃO DA PROPAGANDA DO
TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL NAS ELEIÇÕES DE 2022**

**“FAKE NEWS”: THE (MIS)PATHS OF POLITICAL COMMUNICATION AND NEW
LEGAL CONTROL TOOLS SPONSORED BY THE ADVERTISING RESOLUTION OF
THE SUPERIOR ELECTORAL TRIBUNAL IN THE 2022 ELECTIONS**

Marília Sampaio Ribeiro Porto¹
Luiz Eugênio Scarpino Junior²

RESUMO

A disseminação de “fake news” não se mostra como um evento inovador, senão modificado pelos novos meios tecnológicos. Em um mundo hiper conectado, a sociedade se vê envolvida em algoritmos capazes de desinformar, além de outros meandros maliciosos que manipulam a população e eleitores. Considerando isso e os tímidos meios disponíveis para combater de modo efetivo referido fenômeno, repressiva e preventivamente atuante, a Resolução do Tribunal Superior Eleitoral n. 23.610/19 alterado no final de 2021, se empenhou em direcionar sua redação para as eleições de 2022 na esperança de reprimir e penalizar tais eventos, além de preencher a lacuna legislativa até então dominante, cuja análise se propõe o presente artigo. Conclui-se que as tentativas da Justiça Eleitoral de fechar o cerco à desinformação são válidos e se mostram razoáveis, ainda cuja efetividade não seja passível de predição adequada, diante das novidades.

Palavras-chave: Democracia. Direito Eleitoral. Propaganda Eleitoral. Fake News.

ABSTRACT

The dissemination of “fake news” does not appear as an innovative event, but modified by new technological means. In a disconnected society that can manipulate society to connect, see society in another way to connect and to connect to others disconnected. Considering this and the timid means available to effectively combat this phenomenon, repressive and preventively

¹ Graduada em Direito pela Universidade de Ribeirão Preto. Especialista em Direito do Trabalho pela Escola Brasileira de Direito e em Direito Processual Civil pela Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais. Pós-graduanda em Direito Empresarial pela Faculdade Getúlio Vargas de São Paulo – FGV. Advogada. Contato: marilia.ribeiro.porto@hotmail.com.

² Doutorando e Mestre em Direitos Coletivos e Cidadania (Universidade de Ribeirão Preto). Professor. Advogado. Contato: lscarpino@unaerp.br.

active, Resolution of the Superior Electoral Court n. It is understood that the Electoral's attempts to close the siege to justification-information are valid, even if their validity is not subject to adequate prediction, given the novelties.

Keywords: Democracy. Electoral Law. Electoral Advertising. Fake news.

INTRODUÇÃO

O mundo nunca esteve tão conectado. Em ritmo acelerado, observa-se a sinergia desse imenso movimento de remodelação da base estruturante da sociedade³ como principal pivô da consolidação de um novo contexto político: vulnerável, frágil e menos técnico, incentivado pela ascensão tecnológica, incrementada a comunicação através do uso das redes sociais em grande escala.

Em termos de eleição, o manejo dessas novas ferramentas de comunicação e interação social alimentam o ensaio de estratégias digitais como meio de ampliação de esferas de influência política⁴, buscando o alcance de métodos assertivos de persuasão a um determinado resultado eletivo.

Exemplo claro disso se deu pouco antes do *boom* digital. Ainda em 2016, é possível citar o *leading case* ocorrido nas eleições americanas, em que se verificou o uso massificado – e desautorizado – de dados pessoais tangidos por métodos de mineração como forma de direcionamento das campanhas eleitorais, consolidando o que passaria a se tornar praticamente uma tendência política.

Não é à toa que, nesse mesmo período (2016), antes mesmo de pensada a Lei Geral de Proteção de Dados no Brasil (Lei nº 13.709/2018), o Dicionário Oxford elegeu como a palavra do ano a expressão “*Post-Truth*” (Pós Verdade)⁵, aludindo a teoria de que as pessoas respondem

³ CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. Tradução de Roneide Venancio Majer e Klauss Brandini Gerhardt. São Paulo: Paz e Terra, 1999, v. 1, 2ª ed. Disponível em: <https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/392268/mod_resource/content/1/ASociedadeEmRedesVol.I.pdf>. Acesso em: 01 de fev. 2022.

⁴ DOS SANTOS, Bruna Martins; VARON, Bruna. **Dados e eleições 2018**. Coding Rights, 2018. Disponível em: <https://www.codingrights.org/wp-content/uploads/2018/11/Report_DataElections_PT_EN.pdf>. Acesso em: 01 de fev. 2022.

⁵ “Relacionado a circunstâncias em que as pessoas respondem mais a sentimentos e crenças do que a fatos. Nesta era de política pós-verdade, é fácil selecionar os dados a dedo e chegar a qualquer conclusão desejada.” GRATHWOHL, Casper. **Oxford Learner’s Dictionaries**. Disponível em <<https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/post-truth>>. Acesso em: 01 de fev. 2022.

mais a sentimentos e crenças do que a fatos, relevando a validade de fatos comprovadamente verídicos⁶, em vista de convicções pessoais não necessariamente fundamentadas.

Disso se extraiu que, quando do momento da formação de opinião, os fatos objetivos não são tão mais valorizados do que os fatos afetivos. Vale rememorar: os fatos objetivos são aqueles realmente comprovados, que espelham uma compreensão objetiva e razoável de um determinado acontecimento, enquanto que os fatos afetivos são aqueles que, de alguma forma, tendenciam a opinião formada sob a égide de algum desdobramento ou agrado pessoal, mesmo que a despeito das mais consistentes evidências.

Objetiva-se que tal comportamento distorcido acabe gerando diversos impactos sociais, desde eleições até respostas mais básicas de acontecimentos cotidianos, ou mesmo mundialmente desastrosos, como a pandemia do COVID-19. Considerando referidos fatores, e a persistente influência da crença na desinformação no raciocínio das pessoas, mesmo depois de corrigida, Ecker, Lewandowski, Vraga (et. al) exploraram a manifestação de referido evento, descrevendo os fatores cognitivos, sociais e afetivos que levam as pessoas a endossar visões distorcidas e as barreiras psicológicas à revisão desse conhecimento.⁷

Embora grande parte da alavancagem da desinformação tenha sido creditada pelo avanço tecnológico, o qual catapultou a estrutura digital e o alcance de referidos compartilhamentos, não se podendo escusar os esforços convencionais para combate à desinformação⁸, refletindo resultados significativos no plano brasileiro, com vistas a mitigar ou mesmo sancionar seus recalcitrantes inimigos da verdade factual.

Contextualiza-se, ainda, que o comportamento precisa ser analisado com base na psicologia, trazendo aspectos concretos capazes de justificar a resistência à correção desse desconhecimento ingerido, o qual se exterioriza em nítida atitude negacionista de fatos cientificamente comprovados, como ocorre com a rejeição de vacinas – embora notórios os estudos técnicos comprovando sua eficácia.⁹

Outro exemplo claro disso se trata da relutância popular quanto à vacinação infantil contra a COVID-19 no Brasil, enfrentando uma verdadeira saga da desinformação, em vista das

⁶ GRATHWOHL, Casper. **Oxford Learner's Dictionaries**. Disponível em <<https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/post-truth>>. Acesso em: 01 de fev. 2022.

⁷ Ecker, U.K.H., Lewandowsky, S., Cook, J. et al. **The psychological drivers of misinformation belief and its resistance to correction**. Nat Rev Psychol 1, 13–29 (2022). Tradução livre. Disponível em: <<https://www.nature.com/articles/s44159-021-00006-y#citeas>>. Acesso em: 01 de fev. 2022.

⁸ Ecker, U.K.H., Lewandowsky, S., Cook, J. et al. loc. cit.

⁹ Ecker, U.K.H., Lewandowsky, S., Cook, J. et al. loc. cit.

reiteradas manifestações do Ministério da Mulher, da Família e dos Direitos Humanos e do Ministério da Saúde em sentido oposto à serventia da vacina, em nítida influência política e interesse na polarização desinformativa da população – sendo que os líderes possuem papel definitivo para que informações falsas se alastrem e causam prejuízos reais na sociedade.¹⁰

Compreenda: essa rejeição da ciência não é, portanto, reflexo de mera ignorância dos fatos, já que amplamente conhecidos pelo povo, mas motivada mais por aspectos afetivos, como valores pessoais e/ou morais, do que por evidências objetivas de fato, principal dupla atrelada às barreiras psicológicas à revisão do conhecimento após correção da desinformação.¹¹

Isso porque é caro ao indivíduo deixar de lado suas próprias visões e agrados pessoais em custo da verdade. Até mesmo porque “a crença geral nas manchetes das notícias é maior quando as manchetes complementam a visão de mundo do leitor”, gerando um vício do pensamento intuitivo, desde que o conteúdo acessado esteja minimamente alinhado com a sua ideologia pessoal.¹²

Acontece que as pessoas usam de suas crenças para influenciar o julgamento do conteúdo consumido, ato carente de qualquer verificação, incentivando-as a acreditarem em seu instinto, juntamente com pensamento intuitivo, falhas de memória, fatores sociais – como a confiabilidade em pistas da fonte – além dos fatores afetivos.¹³

Em estudo realizado pelos autores Gordon Pennycook, da Universidade de Regina (Canadá) e David G. Rand, do Instituto de Tecnologia de Massachusetts (EUA)¹⁴, a crença inafastável na desinformação pode ser sintetizada nos elementos: (a) repetição; (b) consistente com crenças; (c) fontes confiáveis; (d) falta de raciocínio ou pensamento crítico; e (e) falta de alfabetização digital e midiática.

No caso específico das eleições, pretende-se estabelecer meios eficazes para eliminar ou mitigar a disseminação em massa de propaganda eleitoral desinformativa, no qual uma opinião relativizada que é propositalmente propulsada e programada pelos candidatos e partidos que usam como estratégia a obstrução de dados pessoais por meio de plataformas digitais,

¹⁰ REDAÇÃO DESINFORMANTE. **A saga (e as consequências) da desinformação sobre a vacina infantil contra COVID-19 no Brasil**. Desinformante, 2022. Disponível em: <<https://desinformante.com.br/a-saga-e-as-consequencias-da-desinformacao-sobre-vacina-infantil-contr-covid-19-no-brasil/>>. Acesso em: 01 de fev. 2022.

¹¹ Ecker, U.K.H., Lewandowsky, S., Cook, J. et al. loc. cit.

¹² Ecker, U.K.H., Lewandowsky, S., Cook, J. et al. loc. cit.

¹³ Ecker, U.K.H., Lewandowsky, S., Cook, J. et al. loc. cit.

¹⁴ REDAÇÃO DESINFORMANTE. loc. cit.

traçando perfis de preferências e afetividades para disseminar “fake news”, altamente valorizadas pela sua origem de ligação pessoal.

Em nítida restrição da opinião individual, essas notícias falsas competem pela atenção de cada um, criando um fluxo constante de conteúdo para formar uma opinião premeditada, em clarividente invasão de privacidade: essência do modelo de negócio dos gigantes digitais.¹⁵

Em tempos de regressão democrática, a fuga às “pressões sociais” se faz latente e pressuposto intrínseco ao exercício efetivo da Democracia, além de ser condição essencial ao desenvolvimento pleno da personalidade dos cidadãos, como ensina Bruno Ricardo Bioni.¹⁶

Refletindo em uma dependência sem esperança nas plataformas de tecnologia que dilaceram a Democracia em várias estratégias de ataque, tornando o mundo real em uma ruína profundamente dividida, agora, nós somos o produto.¹⁷

1. DA MINERAÇÃO DE DADOS ÀS “FAKE NEWS”: NOVO FORMATO CAPITALISTA?

Em ritmo acelerado, uma revolução tecnológica concentrada nas tecnologias de informação remodelou a base material da sociedade.¹⁸ Tudo começou com o sonho de um mundo conectado, onde todos poderiam vivenciar e compartilhar experiências e se sentirem menos sozinhos, preenchendo o vazio rotineiro. Assim ascendeu a conectividade.¹⁹

Diante de um processo social constante mediado pela tecnologia, devido à sua intensa penetrabilidade em todas as esferas da atividade humana²⁰, o mundo como se conhece vem sendo – em um movimento perpetuado – integralmente reestruturado, caracterizando mudanças sociais sólidas, evidenciadas por meio das robustas alterações ocorridas nas estruturas das interações pessoais.

¹⁵ ZANATTA, Rafaela A. F.; ABRAMOVAY, Ricardo. **Dados, vícios e concorrência: repensando o jogo das economias digitais**. Estud. av. vol. 33 nº. 96. São Paulo, maio - agosto de 2019. Disponível em: <https://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0103-40142019000200421&script=sci_arttext&tlng=pt#B72>. Acesso em: 02 de fev. 2022.

¹⁶ BIONI, Bruno Ricardo. **Proteção de dados pessoais: a função e os limites do consentimento**. Rio de Janeiro: Forense, 2019.

¹⁷ PRIVACIDADE Hackeada. Direção de Karim Amer e Jehane Noujaim. Estados Unidos: Netflix, 2019 (90min).

¹⁸ CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. Tradução de Roneide Venancio Majer e Klauss Brandini Gerhardt. São Paulo: Paz e Terra, 1999, v. 1, 2ª ed. Disponível em: <https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/392268/mod_resource/content/1/ASociedadeEmRedesVol.I.pdf>. Acesso em: 02 de fev. 2022.

¹⁹ PRIVACIDADE Hackeada. Direção de Karim Amer e Jehane Noujaim. loc. cit.

²⁰ CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. Tradução de Roneide Venancio Majer e Klauss Brandini Gerhardt. São Paulo: Paz e Terra, 1999, v. 1, 8ª ed. Disponível em: <https://perguntasapo.files.wordpress.com/2011/02/castells_1999_parte1_cap1.pdf>. Acesso em: 02 de fev. 2022.

A popularização da internet e a inovação dos meios de conectividade social vêm revolucionando a forma de comunicação e exteriorização de conhecimento, gerando um impacto tão expressivo a ponto de repercutir em uma nova lógica organizacional, em que a posse de dados é vista como detenção de poder. Nessa perspectiva, as informações pessoais passaram a ter o papel de matéria-prima básica para este novo formato capitalista. Isso porque, toda movimentação feita na rede deixa um rastro oculto de informações, permitindo acesso irrestrito e indiscriminado aos dados pessoais do usuário.²¹

Nesse sentido, conforme ensinamentos de Manuel Castells²², essa nova organização social é esculpida na evolução tecnológica recente, tendo os relacionamentos sociais sido energizados por um fluxo informacional que não mais possui obstáculos físicos, abreviando-se a noção de tempo-espço, que antes acarretava um entrave nas interações sociais.

Nesse diapasão, estabelece o autor o liame fundamental e adjetivante que a informação avoca na sociedade: “sociedade da informação”, sendo ela, tal como fizeram as máquinas a vapor e a eletricidade, o (novo) elemento estruturante que reflete na (re)organização das sociedades agrícola, industrial e pós-industrial²³.

Aproveitando-se dessa imersão, a satisfação foi alimentada pela utopia de um mundo tecnologicamente sinérgico, que pudesse preencher as barreiras humanas antes impostas, facilitando não só a comunicação social, como também a intensidade e a velocidade em que adquiridas informações, conhecimentos, promoção multicultural e demais inovações que brilharam os olhos de uma sociedade que até então experimentava os efeitos da segunda Revolução Industrial.

Contudo, desfrutando de um movimento tecnológico que avança em tempo recorde, ao passo que as mídias sociais e os aplicativos ganham incalculável poder, as tecnologias da comunicação e informação caminham no sentido oposto à manutenção da esfera privada dos indivíduos e de sua autodeterminação informativa, refletindo em um descontrole da obtenção, tratamento e circulação das próprias informações e de formação qualitativa de opinião²⁴.

²¹ RUARO, Regina Linden; SOUZA, Fernando Inglez de. **Cenários de regulação da proteção de dados pessoais e os desafios de uma tutela efetiva no ordenamento jurídico brasileiro: a internet e suas implicações na privacidade e na proteção de dados pessoais**. Interesse Público – IP, Belo Horizonte, ano 19, nº 103, p. 197-216, maio - jun. 2017.

²² CASTELLS, Manuel *apud* COUTINHO, Clara; LISBÔA, Eliana. **Sociedade da Informação, do Conhecimento e da Aprendizagem: desafios para educação no século XXI**. Revista Educação: Maceió, vol. XVIII, nº 1, 2011.

²³ BIONI, Bruno Ricardo. loc. cit.

²⁴ RODOTÀ, Stefano. **A vida da sociedade de vigilância: a privacidade hoje**. Rio de Janeiro: Renovar, 2008.

Os dados produzidos em rede não estão só evaporando, como os rastros digitais deixados estão sendo constantemente extraídos para uma indústria multimilionária que deles se utiliza como “commodity”²⁵, o “novo petróleo”²⁶ nesta nova sociedade digital. Seria este o “preço” a ser pago para usufruir de uma sociedade da informação?²⁷.

Armados desse material, o sonho de um mundo informacional orgânico e positivo é desmantelado quando os meios de comunicação passam a ser monopolizados pela desinformação, que se alia à defesa das grandes corporações e interesses individualizados, dificultando o acesso e a democratização das informações públicas.²⁸

Em um processo inverso, paga-se por um sofrimento simultâneo de subinformação e superinformação, de escassez e excesso²⁹, em nítida fragmentação social da comunicação que gera um nível de esquizofrenia rechaçada pela disseminação em massa de “fake news”.³⁰

Corroborando com referida tese, reforça Manuel Castells:³¹

Nessa condição de esquizofrenia estrutural entre a função e o significado, os padrões de comunicação social ficam sob tensão crescente. E quando a comunicação se rompe, quando já não existe comunicação nem mesmo de forma conflituosa (como seria o caso de lutas sociais ou oposição política), surge uma alienação entre os grupos sociais e indivíduos que passam a considerar o outro um estranho, finalmente uma ameaça. Nesse processo, a fragmentação social se propaga, à medida que as identidades tornam-se mais específicas e cada vez mais difíceis de compartilhar.

Diante de um paradoxo entre a subinformação e a superinformação, observa-se o crescimento de uma nova tipologia social: a sociedade da desinformação, alimentada por uma legião de analfabetos funcionais³² que não só absorvem conteúdos falsos, como propagam as notícias, fazendo-as tomar um destino viral e contagioso.

²⁵ RUARO, Regina L.; GLITZ, Gabriela P. C. **Panorama geral da lei geral de proteção de dados pessoais no Brasil e a inspiração no regulamento geral de proteção de dados pessoais europeu**. REPATS: Brasília, V.6, nº 2, p 340-356, jul - dez, 2019.

²⁶ “Data is the new oil”; THE ECONOMIST. The world’s most valuable resource is no longer oil but data. May 6th, 2017. Disponível em: <<https://www.economist.com/leaders/2017/05/06/the-worlds-most-valuable-resource-is-no-longer-oil-but-data>>. Acesso em: 07 de jul. 2022.

²⁷ RODOTÀ, Stefano. loc. cit.

²⁸ MORIGI, V. J., et al. **O reencantamento do mundo e acesso à informação: as potencialidades das Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs) na construção e reforço da democracia Mídia, cidadania e utopia no Brasil**. In: SOUSA, C. M., org. Um convite à utopia [online]. Campina Grande: EDUEPB, 2016. Um convite à utopia collection, vol. 1, pp. 303-339. ISBN: 978-85-7879-488-0.

²⁹ MORIN, E. **Para sair do século XX**. Rio de Janeiro: Nova fronteira, 1986.

³⁰ CASTELLS, Manuel. loc. cit.

³¹ CASTELLS, Manuel. loc. cit.

³² FRANCISCO, Severino. **Sociedade da desinformação**. Artigo publicado no Observatório da Sociedade da Informação, de responsabilidade do Setor de Comunicação e Informação da UNESCO no Brasil. Brasília, 2004.

Como já afirmado em estudo anterior³³, os dados pessoais são utilizados de diversas formas para fomentar as campanhas políticas e o mercado varejista em intensa coleta de informações para esse específico fim, acelerando a fragmentação social que se propaga na medida em que alavancada a esquizofrenia estrutural entre função e significado, onde se observa o rompimento da comunicação em detrimento da alienação, reflexo da tensão crescente dos padrões de comunicação social.

Antes, encontrávamos pessoas em pontos de ônibus ou em praças expelindo boatos ou opiniões pessoais desmascaradas contra adversários políticos ou jornais apócrifos com denúncias que ansiavam estrelismo momentâneo às vésperas da votação com escassez de informação. Hoje a situação é oposta: vislumbra-se não só um quadro desinformativo, como uma proporção viral da quantidade de informações enganosas disseminadas que proporcionam infinitas formas de desinformar.³⁴

Assim, em inúmeras formas de manifestação, o mundo hiper conectado altera o senso cognitivo individual e anula o senso crítico de checagem dos fatos, apoderando-se do principal – e desastroso – impacto na comunicação eleitoral³⁵.

2. DA PROPAGANDA ELEITORAL E A COMUNICAÇÃO POLÍTICA

Na democracia digital, atribui-se especial patrocínio à relação estabelecida entre governo e cidadão, condição precípua ao exercício íntegro dos direitos políticos e, consequentemente, da Democracia. Contudo, dentro dessa iniciativa, a falta de acesso à informação ou o excesso de desinformação impede o exercício da cidadania, que só pode ser exercida em sua forma plena quando fornecido acesso ao cidadão das novas tecnologias e da informação produzida no mundo virtual.³⁶

³³ S. R. PORTO, Marília; S. JÚNIOR, Luiz Eugênio; M. S. COELHO, Nuno Manuel. **O uso abusivo do big data no contexto eleitoral e a (in)eficácia dos instrumentos de proteção jurídica da legislação brasileira**. Revista Eletrônica de Direito Eleitoral e Sistema Político, v. 5, p. 144, 2021.. Revista Eletrônica de Direito Eleitoral e Sistema Político - REDESP, 2021.

³⁴ ARAGÃO, Alexandre. **Notícias falsas da Lava Jato foram mais compartilhadas que verdadeiras**. BuzzFeed, 22 nov. 2016. Disponível em: <<https://www.buzzfeed.com/br/alexandrearagao/noticias-falsas-lava-jato-facebook#.geDROxW4>>. Acesso em: 02 de fev. 2022.

³⁵ ARAGÃO, Alexandre. loc. cit.

³⁶ RAMOS JÚNIOR, Hélio Santiago; ROVER, Aires José. **Democracia Eletrônica na Sociedade da Informação**. Disponível em: <http://www.publicadireito.com.br/conpedi/manaus/arquivos/anais/bh/aires_jose_rover.pdf>. Acesso em: 02 de fev. 2022.

Existem dois elementos cruciais para compreender o desenvolvimento do que chamamos de “e-marketing político” ou “e-campanha”, sendo eles: (i) a ascensão da visibilidade política pelos canais da Internet, ampliando as formas de visibilidade midiática; e (ii) a nova estrutura de comunicação disponibilizada pela consolidação da internet, que encontra no meio digital um espaço de convergência das novas tecnologias e formas de comunicação interativa.³⁷

Foi dessa forma que o meio virtual não só remodelou a sociedade, como fez com que a população se adequasse às inovações propostas, já que os antigos espectros utilizados para comunicação não mais se amoldam ao modelo fornecido pelas novas tecnologias, o que tornou necessário o desenvolvimento de novas estratégias.

Nesse sentido, as propagandas eleitorais também precisaram ser repensadas a fim de propor uma proximidade ainda maior entre candidato e eleitores, tendo constantemente respondido aos novos modelos de comunicação, reconfigurando o processo de gerenciamento da visibilidade que encontra nessas inovações desafios para a expansão de sua práxis³⁸.

Malgrado sejam notáveis os esforços, há uma linha muito tênue que tangencia o descaminho da comunicação política ensejado pelas campanhas eleitorais propostas pelas diversas plataformas sociais, que desvirtuam a utopia sonhada quando do surgimento das novas tecnologias da informação e comunicação (NTIC).

A partir disso, questiona-se acerca da imparcialidade dos veículos de comunicação da mídia na cobertura política, corroborado com o enfraquecimento da representatividade dos partidos políticos³⁹.

Alberto Rollo, pontua que a pluralidade dos meios de propaganda eleitoral é fundamental para que o acesso de todos ao poder seja concretizado, valendo-se dessa amplitude para que o eleitor tenha conhecimento da ideologia e das propostas de cada candidato e partido, incentivando os votos que se identifique e descartando candidaturas de filiados a partidos defensores de ideias com as quais não simpatize.⁴⁰

Nesse íterim, as campanhas digitais se tornaram uma estratégia viral, tendo sido altamente propulsionadas por *experts* de mídias sociais, que propiciaram a extração e

³⁷ PENTEADO, Claudio Luis. **Marketing político na era digital: perspectivas e possibilidades**. REVISTA USP, São Paulo, nº 90, p. 6-23, junho/agosto, 2011.

³⁸ PENTEADO, Claudio Luis. loc. cit.

³⁹ PENTEADO, Claudio Luis. loc. cit.

⁴⁰ ROLLO, Alberto (Org.) [et al.]. **Reforma Política: uma visão prática**. São Paulo: Iglu, 2007.

aproveitamento dos dados pessoais dos usuários das plataformas digitais, traçando estratégias infalíveis de controle sobre a personalidade e o instinto emotivo de cada indivíduo, visando-o com conteúdos exclusivos e específicos.

É indiscutível que a disseminação de informações políticas e críticas construtivas são vitais para a democracia, incorporado ao exercício do direito de cidadania, mas também há de se observar o limite existente até o desvirtuamento de seus fins, a partir do momento que se passa a ter uma verdadeira guerra de conteúdo, colocando em moda a descomunicação política que polui o sistema eleitoral e aniquila a soberania nacional.

Adotando essa vertente de comunicação política, os usuários perdem não só o autocontrole emocional, como também a integridade das eleições, que passam a ser regidas por uma “ditadura dos dados”⁴¹, uma vez perdida a autodeterminação e privacidade, em face da mitigação do consentimento colocado em xeque diante da manipulação involuntária acometida no mundo *online*.

Assim, referido viés eleitoral pode gerar desmembramentos trágicos no plano político, criando uma doutrinação dos titulares e uma estrutura de controle que atropela a tutela de diversas liberdades e garantias fundamentais, objeto de grave violação. A conjugação dessas variáveis evidencia as ameaças sofridas pela (ainda) frágil Democracia.

Esse ideal reflete dentro da busca de equilíbrio entre a concentração de poder econômico e a soberania do consumidor na formação das decisões econômicas fundamentais. Contudo, ao se tratar do poder informacional, lidamos com uma comunicação mediada por grupos de comunicação, ou seja, organizações, em que se tem uma determinada forma de constituição do poder ligada à uma concentração da produção de conteúdo de informação.⁴²

O que se vislumbra atualmente é justamente a transformação desse universo de sociedades de organização para a sociedade das redes, onde há a fragmentação de produção de conteúdo, implicando em sérios riscos e diversos impactos na construção de uma esfera pública.

Nesse sentido, a relação entre o poder político e o poder informacional perfaz a partir da concentração da produção de conteúdo, buscando o Direito equilibrar o papel e as distorções que esse poder informacional pode causar na formação das decisões políticas, em prol da

⁴¹ BIONI, Bruno Ricardo. loc. cit.

⁴² CONGRESSO INTERNACIONAL DE DIREITO CONSTITUCIONAL. loc. cit.

supremacia de determinados grupos de comunicação, na tentativa de resgatar a soberania popular do cidadão na participação na vida pública de forma livre e democrática.⁴³

Observa-se, portanto, o desmantelamento de direitos fundamentalmente previstos pela Constituição Federal de 1988, como o direito à autodeterminação informativa (artigo 5º, inciso XII), à privacidade (inciso X) e à liberdade (*caput*), que são intimamente violados pela comercialização de dados e perfis informacionais, além de suscetibilizar os usuários das plataformas digitais à vulnerabilidade para persuasão, retirando sua privacidade e liberdade pessoal.

Neste âmbito, em muito se vincula a democracia ao controle da produção de informação, que é viável dentro das sociedades de organizações. Por este viés, a medida que se é possível regular a atividade dessas organizações, seja por garantias de liberdade de comunicação da imprensa, ou por regras que são extraídas da própria comunicação e controles profissionais – como a jornalística – a fim de verificar a fidedignidade dos conteúdos e garantia de um espaço plural de posições, forma-se um auditório universal para conduzir a racionalidade da comunicação, propiciando o resguardo dos direitos fundamentais dos usuários em prol da não prevalência de uma determinada organização de comunicação sobre a outra.

3. DA (IN)SATISFAÇÃO DAS FERRAMENTAS JURÍDICAS DE CONTROLE

De frente com esse descontrole da (des)informação e uma esperança sem precedentes nas plataformas digitais para formação da opinião individual, cria-se uma preocupação em torno da regulamentação de ferramentas hábeis a controlar um colapso da comunicação eleitoral.

Por força disso, como um fato social, a ciência jurídica deve buscar meios de adequar ou repensar suas formas de encarar os novos desafios regulatórios emergentes do novo quadro revolucionário, cumprindo importante papel de entender o contexto atual de completa alteração do padrão em que se estruturam as relações sociais⁴⁴, e cumprir com seu dever legislativo em dar segurança às novas plataformas de interações.

Ao passo que foram ascendendo as redes sociais, há muito se questionava a quem caberia a definição da licitude dos conteúdos disseminados na rede, tendo este assunto

⁴³ CONGRESSO INTERNACIONAL DE DIREITO CONSTITUCIONAL. loc. cit.

⁴⁴ BIONI, Bruno Ricardo. loc. cit.

permeado intensas discussões na jurisprudência dos Tribunais Superiores pátrios, pendendo para uma certa hesitação no entendimento dos Tribunais Inferiores e até do Superior Tribunal de Justiça que, antes mesmo do Marco Civil da Internet, determinou que os provedores de internet não poderiam ter a responsabilidade de exclusão do conteúdo lesivo, devido à impossibilidade técnica de controle de todo material inserido no espaço que disponibiliza.

Nesse sentido, vejamos o quanto decidido no caso julgado em maio de 2015, tendo o Superior Tribunal de Justiça⁴⁵ entendido a técnica do “*notice and takedown*”:

Quanto à obrigação de fazer — retirada de páginas da rede social indicada —, a parte autora também juntou à inicial outros documentos que contêm, de forma genérica, URLs de comunidades virtuais, sem a indicação precisa do endereço interno das páginas nas quais os atos ilícitos estariam sendo praticados. Nessas circunstâncias, a jurisprudência da Segunda Seção afasta a obrigação do provedor, nos termos do que ficou decidido na Rcl 5.072/AC, Rel. p/ acórdão Ministra Nancy Andrighi, DJe 4/6/2014. 9. A responsabilidade dos provedores de internet, quanto a conteúdo ilícito veiculado em seus sites, envolve também a indicação dos autores da informação (IPs).

Neste sentido, Ricardo Villas Bôas Cueva⁴⁶ avalia que, embora tenham julgados que buscaram pela consolidação da obrigação em face dos provedores para retirar o conteúdo lesivo, seguindo certos procedimentos e compreendendo melhor a mecânica das ferramentas de internet, consolidou-se que somente o Judiciário poderia determinar a remoção do conteúdo considerado ilícito, além da impossibilidade de imposição sobre os provedores de uma eventual ordem de monitoramento, sendo preciso que a pessoa ofendida indicasse especificamente o endereço do conteúdo para que ele fosse devidamente removido.

A partir disso, criou-se um modelo fundado na reserva de jurisdição ao poder judiciário para definir o conteúdo ilícito (“fake news”) e determinar sua remoção pontual e específica com essas balizas, o que ganha ainda mais dimensão quando se trata dos impactos nas eleições no Brasil e nos seus reflexos sociais.

Neste afã, inaugurando uma normativa para os cidadãos em suas relações mantidas na internet, e se portando como uma reação da sociedade civil contra a pretensão legislativa em regulamentar a internet no Brasil por meio de leis penais, o Congresso Nacional aprovou a Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014, promulgando o denominado Marco Civil da Internet (MCI),

⁴⁵ BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. **Recurso Especial nº 1.512.647-MG**. Quarta Turma. Segunda Seção. Rel. Min. Luis Felipe Salomão. Data de julgamento: 13.05.15. Data de publicação: 05.08.15.

⁴⁶ CONGRESSO INTERNACIONAL DE DIREITO CONSTITUCIONAL, Brasília: IDP, 2019. **Youtube**, 2020 (1h22min). Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=nfqRzE2G7xQ&t=3740s>>. Acesso em: 02 de fev. 2022.

que buscou, de forma principiológica, proteger e assegurar os direitos dos indivíduos no ambiente *online*.⁴⁷

Contudo, em que pese referido avanço normativo, a nova regulamentação refletiu em diversas insuficiências e deficiências jurídicas, tratando-se de uma proteção dispersa e não específica sobre o tema, razão pela qual, ainda assim, persiste a necessidade de uma proteção adequada para dados de natureza pessoal, que foi respondida pela aprovação da Lei Geral de Proteção de Dados (Lei nº 13.709/2018).

Devido à essa aspiração nacional, foi promulgada a Reforma Eleitoral (Lei nº 13.488/2017) que, dentre as diversas novidades trazidas, estipula que anúncios políticos são permitidos nos sites de candidatos, partidos e coligações, sendo vetado, contudo, em páginas pertencentes à indivíduos ou empresas privadas (como jornais ou páginas de empresas).

Temendo uma tendência dos reflexos das e-campanhas experimentados nas últimas eleições, o Tribunal Superior Eleitoral se incumbiu em estabelecer limites e precaver eventuais abusos. Em vista disso, aprovou recentemente por unanimidade a minuta da Resolução (Resolução TSE nº 23.671/2021) da Corte que normatiza a propaganda eleitoral nas Eleições Gerais de 2022, tendo como base a Resolução TSE nº 23.610/2019.⁴⁸

A nova Resolução propõe um combate à desinformação, limitando a manifestação do pensamento de pessoa eleitora quando for objeto de ofensa à honra ou imagem de candidatos em geral, partidos, federações ou coligações ou quando fruto de disseminação de “fake news”, conforme parágrafo 1º do art. 27, sob as expressões: “fatos sabidamente inverídicos ou gravemente descontextualizados” (art. 9-A).

A partir de referida previsão, observa-se um maior enrijecimento do controle de verificação das notícias veiculadas no meio virtual e a responsabilização pela publicação ou compartilhamento de informações falsas na rede, até mesmo com a possibilidade de cassação de quem descredibilizar o processo eleitoral ou a integridade democrática.

Ademais, pela nova previsão, a utilização de ferramentas de disparo em massa de mensagens em aplicativos de comunicação instantânea também foi limitada àqueles indivíduos que efetivamente se inscreveram para recebê-las, logo, autorizando o tratamento de seus dados

⁴⁷ BIONI, Bruno Ricardo. loc. cit.

⁴⁸ TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL. Propaganda eleitoral das Eleições 2022 é regulamentada por resolução aprovada nesta terça (14). TSE, 2021. Disponível em: <<https://www.tse.jus.br/imprensa/noticias-tse/2021/Dezembro/propaganda-eleitoral-das-eleicoes-2022-e-regulamentada-por-resolucao-aprovada-nesta-terca-14>>. Acesso em: 01 de fev. 2022.

pessoais, nos termos da LGPD, sendo vedada a realização de propaganda sem consentimento da pessoa destinatária, sob pena de multa.

Das diversas inovações trazidas pela Resolução, vale destaque a incorporação da LGPD aos seus preceitos legais, além das previsões de medidas que visem adotar uma postura assecuratória de direitos e garantias fundamentais dos indivíduos para as próximas eleições, no intuito de preservar a integridade do processo democrático.

Ressalta-se que o debate, as críticas, o apoio, a opinião (favorável ou negativa) sobre candidatos são válidas e aperfeiçoam a formação da consciência sobre o voto, sendo, pois, compatível com a liberdade de expressão (art. 27 § 2º. Res. TSE 23.610). O que não se pode é a referência explícita a pedido de voto (seja para pedir voto antes da hora ou para recomendar o “não-voto”, que seria a propaganda eleitoral negativa extemporânea) ou em manifestações desonrosas, ofensivas, indecorosas.

O deputado estadual Francischini, do Paraná, foi cassado pela Justiça Eleitoral por ter desacreditado e mentido sobre a integridade do sistema de votação brasileiro. Foi o primeiro caso de cassação por uso de “fake news”, por se entender ter havido aqui um claríssimo abuso, de alta gravidade, para a legitimidade e resguardo democrático. A chapa Bolsonaro-Mourão foi absolvida das acusações por conta dos abusos praticados em 2018 quanto à disseminação de fake news e disparos em massa, e, embora não tenham sido punidos, o recado final foi de que a repetição daquele tipo de conduta teria, a partir de agora, uma solução diferente. Agora o TSE acrescentou o seguinte artigo em sua Resolução da Propaganda:

Art. 9º-A. É vedada a divulgação ou compartilhamento de fatos sabidamente inverídicos ou gravemente descontextualizados que atinja a integridade do processo eleitoral, inclusive os processos de votação, apuração e totalização de votos, devendo o juízo eleitoral, a requerimento do Ministério Público, determinar a cessação do ilícito, sem prejuízo da apuração de responsabilidade penal, abuso de poder e uso indevido dos meios de comunicação.

Ataques antidemocráticos e manipulações absurdas, sem base sobre as urnas eletrônicas, totalização e coisas do gênero, tratarão aos responsáveis uma possibilidade de serem severamente responsabilizados. Portanto, fatos sabidamente inverídicos – daqueles que nem um “vento” sustentam – assim como os “gravemente descontextualizados” (colar um rabo de peixe num cavalo, tal qual acusar uma fraude sem nenhuma evidência), que busquem atingir a validade do sistema e da votação em si, poderão levar a interrupção da propaganda, postagem,

além de cassar os responsáveis, gerar apurações criminais e, se for funcionário público, sujeitar-se às medidas disciplinares.

Na internet, como na vida real, é livre a manifestação do pensamento. Não se protege a crítica ou elogio anônimos. A liberdade implica em responsabilidade e identidade. E, a manifestação do pensamento pode ser considerada irregular quando ofender a honra ou imagem do candidato – mediante ofensas de caráter pessoal, ou de acusações deslavadas (sem base alguma), além da divulgação de fatos sabidamente inverídicos – que seria como ventilar teorias conspiratórias ou inserir palavras não ditas pela pessoa, dentre outras maneiras de mentiras (art. 27, § 1º).

As declarações, apoios e críticas feitas por pessoas naturais de forma espontânea na internet (ou seja, não podem ser “pagos”, mas influenciadores digitais podem expressar sua opinião) são lícitas e não configuram propaganda eleitoral (art. 28, § 6º).

Outro destaque são as multas pesadas (de R\$ 5 mil até R\$ 30 mil) para quem realizar propaganda eleitoral na internet (art. 35) e atribuir indevidamente sua autoria a terceiro (usar um laranja ou se valer de alguém para ofender, ou se passando pelo candidato, por exemplo), podendo ainda configurar outros ilícitos (como crimes eleitorais, se for o caso).

O art. 89 da Resolução especifica que é crime com pena de 2 a 4 anos, e multa que pode atingir até R\$ 50 mil a contratação (direta ou indireta) de grupo de pessoas para especificamente emitir mensagens ou comentários na internet para ofender a honra ou desabonar candidaturas. Os haters profissionais, os “robôs” e todos aqueles que se valerem deste expediente abusivo estarão sujeitos a estas punições. Em casos graves, o próprio candidato beneficiado pela adoção deste tipo de propaganda “suja” poderá ter sua candidatura cassada.

Também é crime (art. 90 da Resolução), na propaganda ou no período de campanha, divulgar fatos que se sabe inverídicos com relação a partidos e candidatos capazes de influenciar negativamente o eleitorado, sujeito a detenção de até 1 ano e multa de até 150 dias-multa. Quem produz, oferece e vende vídeos com conteúdos inverídicos também poderá ser punido. Assim, atingem-se cabos eleitorais, candidatos e produtores da indústria de “fake news”.

Por fim, a falsa imputação de crime ou que leve à abertura de investigação contra candidato, tendo como base fatos que, sabidamente são mentirosos, com objetivo eleitoral, também configura crime, com reclusão de até 8 anos (art. 93-A, Res. TSE).

Em colaboração com referidos avanços, a empresa Meta fez uma parceria entre suas plataformas Facebook e Instagram com o TSE no combate à desinformação, apontando um

cartão com *links* para o Portal da Justiça Eleitoral sempre que seus sistemas identificarem o tema, visando uma proteção do sistema político brasileiro e uma maior filtragem das informações acessadas pelos cidadãos.⁴⁹

Deve-se acautelar, contudo, o “cidadão marqueteiro”, expressão usada para se referir àquele indivíduo que contribui como militante de um determinado candidato, já que é muito mais difícil de lhe impor sanções, sendo um híbrido de eleitor anônimo com superativista digital⁵⁰.

O grande problema desse tipo de cidadão em um país como o Brasil é a dificuldade em distinguir manifestações espontâneas daquelas ações orquestradas, que dissimuladamente se apresentam como coletivas quando são, no fundo, patrocinadas estrategicamente por um candidato ou um partido. Essas, sim, precisam ser absolutamente proibidas.⁵¹

Como se mencionou, em 2022, o principal enfoque do TSE é o combate à desinformação, notadamente as “fake news”, que ganharam especial enfoque nas campanhas de 2018, que já contou com duas ações de investigação judicial eleitoral a fim de se apurar suposta compra de disparo em massa de conteúdo pela chapa Mourão-Bolsonaro e a prática de fraude com dados pessoais de titulares, mediante falsificação de identidade, para disparo em massa de mensagens no mesmo sentido (Ações nº 0601771-28.2018.6.00.0000 e 0601968-80.2018.6.00.0000)⁵², que, embora tenham sido julgadas improcedentes, deu luzes para posturas não mais admissíveis.

Além disso, também se verificou a abertura de dois inquéritos no Supremo Tribunal Federal para investigação de propagação de “fake news”, ameaças contra o órgão superior e práticas antidemocráticas, intensificadas no último ano (2021) por estímulo do então Presidente (Inquérito nº 4.781/DF e 4.828/DF).⁵³

Disso se extrai os reflexos empíricos sentidos pela disseminação de “fake news” no âmbito eleitoral, caminhando no mesmo sentido de outras intolerâncias e posicionamentos extremistas que nivelam nossa sociedade abaixo, razão que impulsionou o TSE na elaboração

⁴⁹ TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL. Contra fake news, Instagram e Facebook colocam avisos em postagens sobre Eleições 2022. TSE, 2021. Disponível em: <<https://www.tse.jus.br/imprensa/noticias-tse/2021/Dezembro/contrafake-news-instagram-e-facebook-colocam-avisos-em-postagens-sobre-eleicoes-2022>>. Acesso em: 01 de fev. 2022.

⁵⁰ ARAUJO, Luiz Antônio. Eleições de 2022: como ‘marqueteiros anônimos’ devem dominar campanha e desafiar controle de fake news. BBC, 2021. Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/brasil-59640270>>.

⁵¹ <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-59640270>. Acesso em: 01 de fev. 2022.

⁵² S. R. PORTO, Marília; S. JÚNIOR, Luiz Eugênio; M. S. COELHO, Nuno Manuel. loc. cit.

⁵³ S. R. PORTO, Marília; S. JÚNIOR, Luiz Eugênio; M. S. COELHO, Nuno Manuel. loc. cit.

da Resolução em prol de referida proteção jurídica, combatendo o discurso de ódio e promovendo a educação digital.

É de se esperar agora a devida aplicação jurídica da Resolução e sentir seus reflexos sociais, torcendo para que cubra o hiato normativo antes existente e surta os efeitos esperados no combate a desinformação e intolerâncias virtuais.

CONCLUSÃO

O fenômeno das “fake news” não se trata de um fato efetivamente inovador, mas assim o são as formas de sua disseminação, as quais evoluem na velocidade do desenvolvimento da comunicação, viabilizadas por um mundo hiper conectado.

Ao passo que a sociedade se reestrutura, a tecnologia se torna mais avançada e a desinformação praticamente inesgotável, trabalhando em uma escala incalculável para promover uma comunicação política desviada e polarizada, motivada por anseios pessoais e ideológicos de cada (re)produtor de um fato falso com o intuito de persuadir o receptor.

Como visto, existem exemplos reais desse movimento, como ocorrido nas eleições americanas em 2016, em que se utilizaram de métodos de extração de dados pessoais dos titulares para traçar perfis de personalidade e, assim, conseguir fomentar conteúdos específicos e relativizados, injetados de aspectos afetivos suficientes para influenciar a opinião pessoal de cada eleitor – culminando na reversão inexplicável do resultado eletivo.

Tornando-se uma tendência a não sair de moda, a estratégia foi reproduzida poucos anos depois nas últimas eleições brasileiras, em que houve o uso de plataformas de disparo massificado de mensagens com conteúdos alterados pela chapa Bolsonaro-Mourão com o mesmo objetivo: mitigar o resultado das votações e ampliar as esferas de influência política.

Diante disso, a formação da opinião se mostra como intensamente vulnerável à fatos afetivos, responsáveis por formar uma “pseudo” opinião que se mostra resistente a qualquer tipo de correção ou reconhecimento da verdade real, muito cara aos analfabetos digitais.

Em virtude dessa ascensão da desinformação e do alcance dos compartilhamentos, observou-se um enfraquecimento muito latente em relação às plataformas de controle e prevenção dessas práticas, dispondo o Brasil, até então, de métodos meramente paliativos e pouco compromissados com o controle efetivo de referido fenômeno, tendo a recém-publicada

Resolução TSE 23.610/19, aplicável aos movimentos políticos de 2022, proporcionado a luz no final do túnel que tanto se esperava.

Dispondo de um texto preciso e com regulamentações que aparentemente se comprometem com o determinante combate do colapso da comunicação eleitoral, a Resolução propõe uma afronta real à desinformação, limitando a manifestação do pensamento de pessoa eleitora quando for objeto de ofensa à honra ou imagem de candidatos em geral, partidos, federações ou coligações ou quando fruto de disseminação de “fake news”, conforme parágrafo 1º do art. 27.

A partir de referida previsão, enrijeceu-se o controle de verificação das notícias veiculadas no meio virtual e a responsabilização pela publicação ou compartilhamento de informações falsas na rede, limitando, inclusive, a massificação de disparo de mensagens em aplicativos de comunicação instantânea, sob os aspectos da LGPD.

Sobreditas inovações espelharam o caso do deputado estadual Francischini, do Paraná, que foi cassado pela Justiça Eleitoral por ter desacreditado e mentido sobre a integridade do sistema de votação brasileiro, representando o primeiro caso de cassação por uso de “fake news”, tendo entendido ter havido claro abuso – de alta gravidade – para a legitimidade e resguardo democrático.

Em caso análogo, inclusive com os mesmos efeitos violação da democracia brasileira e diversas outras afrontas à previsões constitucionais, lembra-se do ocorrido na chapa Bolsonaro-Mourão, a qual, embora tenha praticado gravíssimos abusos em 2018 na disseminação de “fake news” e disparos em massa, foi absolvida das acusações sem punição – mas com a ressalva de que eventual reiteração teria uma solução diferente, tendo sido acrescentado trecho na Resolução específica para combater referidas incorrências (art. 9º-A).

Além disso, reforça o material normativo a criminalização (art. 90 da Resolução), na propaganda ou no período de campanha, da divulgação de fatos que se sabe inverídicos com relação a partidos e candidatos capazes de influenciar negativamente o eleitorado, sujeito a detenção de até 1 ano e multa de até 150 dias-multa, também punindo aquele que produz, oferece e vende vídeos com referidos conteúdos, atingindo tanto cabos eleitorais, candidatos e produtores da indústria de “fake news”.

Não buscando o esgotamento das inovações, com as propostas da recente Resolução do TSE, espera-se evoluir no controle e combate à desinformação, notadamente as “fake news”,

travando e criminalizando todas as esferas de veiculação de forma preventiva e repressiva, reprimindo e penalizando referidos eventos.

REFERÊNCIAS

ARAGÃO, Alexandre. **Notícias falsas da Lava Jato foram mais compartilhadas que verdadeiras**. BuzzFeed, 22 nov. 2016. Disponível em: <<https://www.buzzfeed.com/br/alexandrearagao/noticias-falsas-lava-jato-facebook#.geDROxW4>>. Acesso em: 02 de fev. 2022.

ARAUJO, Luiz Antônio. **Eleições de 2022: como ‘marqueteiros anônimos’ devem dominar campanha e desafiar controle de fake news**. BBC, 2021. Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/brasil-59640270>>. Acesso em: 01 de fev. 2022.

BIONI, Bruno Ricardo. **Proteção de dados pessoais: a função e os limites do consentimento**. Rio de Janeiro: Forense, 2019.

BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. **Recurso Especial nº 1.512.647-MG**. Quarta Turma. Segunda Seção. Rel. Min. Luis Felipe Salomão. Data de julgamento: 13.05.15. Data de publicação: 05.08.15.

CASTELLS, Manuel *apud* COUTINHO, Clara; LISBÔA, Eliana. **Sociedade da Informação, do Conhecimento e da Aprendizagem: desafios para educação no século XXI**. Revista Educação: Maceió, vol. XVIII, nº 1, 2011.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. Tradução de Roneide Venancio Majer e Klauss Brandini Gerhardt. São Paulo: Paz e Terra, 1999, v. 1, 2ª ed. Disponível em: <https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/392268/mod_resource/content/1/ASociedadeEmRedesVol.I.pdf>. Acesso em: 01 de fev. 2022.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. Tradução de Roneide Venancio Majer e Klauss Brandini Gerhardt. São Paulo: Paz e Terra, 1999, v. 1, 8ª ed. Disponível em: <https://perguntasapo.files.wordpress.com/2011/02/castells_1999_parte1_cap1.pdf>. Acesso em: 02 de fev. 2022.

CONGRESSO INTERNACIONAL DE DIREITO CONSTITUCIONAL, Brasília: IDP, 2019. **Youtube**, 2020 (1h22min). Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=nfqRzE2G7xQ&t=3740s>>. Acesso em: 02 de fev. 2022.

DOS SANTOS, Bruna Martins; VARON, Bruna. **Dados e eleições 2018**. Coding Rights, 2018. Disponível em: <https://www.codingrights.org/wp-content/uploads/2018/11/Report_DataElections_PT_EN.pdf>. Acesso em: 01 de fev. 2022.

Ecker, U.K.H., Lewandowsky, S., Cook, J. et al. **The psychological drivers of misinformation belief and its resistance to correction**. Nat Rev Psychol 1, 13–29 (2022).

Tradução livre. Disponível em: < <https://www.nature.com/articles/s44159-021-00006-y#citeas>>. Acesso em: 01 de fev. 2022.

FRANCISCO, Severino. **Sociedade da desinformação**. Artigo publicado no Observatório da Sociedade da Informação, de responsabilidade do Setor de Comunicação e Informação da UNESCO no Brasil. Brasília, 2004.

GRATHWOHL, Casper. **Oxford Learner's Dictionaries**. Disponível em <<https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/post-truth>>. Acesso em: 01 de fev. 2022.

MORIGI, V. J., *et al.* **O reencantamento do mundo e acesso à informação: as potencialidades das Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs) na construção e reforço da democracia Mídia, cidadania e utopia no Brasil**. In: SOUSA, C. M., org. Um convite à utopia [online]. Campina Grande: EDUEPB, 2016. Um convite à utopia collection, vol. 1, pp. 303-339. ISBN: 978-85-7879-488-0.

MORIN, E. **Para sair do século XX**. Rio de Janeiro: Nova fronteira, 1986.

PENTEADO, Claudio Luis. **Marketing político na era digital: perspectivas e possibilidades**. REVISTA USP, São Paulo, nº 90, p. 6-23, junho/agosto, 2011.

PRIVACIDADE Hackeada. Direção de Karim Amer e Jehane Noujaim. Direção de Karim Amer e Jehane Noujaim. Estados Unidos: Netflix, 2019 (90min).

RAMOS JÚNIOR, Hélio Santiago; ROVER, Aires José. **Democracia Eletrônica na Sociedade da Informação**. Disponível em: <http://www.publicadireito.com.br/conpedi/manaus/arquivos/anais/bh/aires_jose_rover.pdf>. Acesso em: 02 de fev. 2022.

REDAÇÃO DESINFORMANTE. **A saga (e as consequências) da desinformação sobre a vacina infantil contra COVID-19 no Brasil**. Desinformante, 2022. Disponível em: <<https://desinformante.com.br/a-saga-e-as-consequencias-da-desinformacao-sobre-vacina-infantil-contr-covid-19-no-brasil/>>. Acesso em: 01 de fev. 2022.

RODOTÀ, Stefano. **A vida da sociedade de vigilância: a privacidade hoje**. Rio de Janeiro: Renovar, 2008.

ROLLO, Alberto (Org.) [et al.]. **Reforma Política: uma visão prática**. São Paulo: Iglu, 2007.

RUARO, Regina L.; GLITZ, Gabriela P. C. **Panorama geral da lei geral de proteção de dados pessoais no brasil e a inspiração no regulamento geral de proteção de dados pessoais europeu**. REPATS: Brasília, V.6, nº 2, p 340-356, jul - dez, 2019.

RUARO, Regina Linden; SOUZA, Fernando Inglês de. **Cenários de regulação da proteção de dados pessoais e os desafios de uma tutela efetiva no ordenamento jurídico brasileiro:**

a internet e suas implicações na privacidade e na proteção de dados pessoais. Interesse Público – IP, Belo Horizonte, ano 19, nº 103, p. 197-216, maio - jun. 2017.

S. R. PORTO, Marília; SCARPINO JUNIOR, Luiz Eugênio; M. S. COELHO, Nuno Manuel. **O uso abusivo do big data no contexto eleitoral e a (in)eficácia dos instrumentos de proteção jurídica da legislação brasileira.** Revista Eletrônica de Direito Eleitoral e Sistema Político, v. 5, p. 144, 2021.. Revista Eletrônica de Direito Eleitoral e Sistema Político - REDESP, 2021.

SCARPINO JUNIOR, Luiz Eugenio. **Eleições sem fake news?**, 10.1.2022. Portal Thathi, Disponível em: <<https://thathi.com.br/opiniao/eleicoes-sem-fake-news/>>. Acesso em: 23 de set. 2022.

TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL. Contra fake news, Instagram e Facebook colocam avisos em postagens sobre Eleições 2022. TSE, 2021. Disponível em: <<https://www.tse.jus.br/imprensa/noticias-tse/2021/Dezembro/contra-fake-news-instagram-e-facebook-colocam-avisos-em-postagens-sobre-eleicoes-2022>>. Acesso em: 01 de fev. 2022.

TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL. Propaganda eleitoral das Eleições 2022 é regulamentada por resolução aprovada nesta terça (14). TSE, 2021. Disponível em: <<https://www.tse.jus.br/imprensa/noticias-tse/2021/Dezembro/propaganda-eleitoral-das-eleicoes-2022-e-regulamentada-por-resolucao-aprovada-nesta-terca-14>>. Acesso em: 01 de fev. 2022.

THE ECONOMIST. **The world's most valuable resource is no longer oil but data.** May 6th, 2017. Disponível em: <<https://www.economist.com/leaders/2017/05/06/the-worlds-most-valuable-resource-is-no-longer-oil-but-data>>. Acesso em: 07 de jul. 2022.

ZANATTA, Rafaela A. F.; ABRAMOVAY, Ricardo. **Dados, vícios e concorrência: repensando o jogo das economias digitais.** Estud. av. vol. 33 nº. 96. São Paulo, maio - agosto de 2019. Disponível em: <https://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0103-40142019000200421&script=sci_arttext&tlng=pt#B72>. Acesso em: 02 de fev. 2022.

Submetido em 20.09.2022

Aceito em 13.10.2022