

OS IMPACTOS JURÍDICOS E SOCIAIS QUE AS *FAKE NEWS* TIVERAM NA ELEIÇÃO BRASILEIRA DE 2018

THE LEGAL AND SOCIAL IMPACTS THAT FAKE NEWS HAD IN THE BRAZILIAN ELECTION OF 2018

Eduardo Schirrmann¹

RESUMO

As *fake news* possuem um grande impacto na população, devido a suas características peculiares, a eleição brasileira de 2018, em especial no que tange à campanha presidencial, teve uma grande ocorrência de *fake news* que eram muito compartilhadas em redes sociais, como *Facebook*, *Whatsapp* e *Twitter*, porém, o principal disseminador dessas *fake news*, sem sombra de dúvidas, foi o aplicativo de mensagens *Whatsapp*. Devido a essa grande quantidade de material mentiroso que era disseminado, o Tribunal Superior Eleitoral teve que tomar algumas atitudes e retirar certas *fake news* de circulação. Esse grande acúmulo de notícias inverídicas tem gerado uma mudança tanto de comportamento quanto de opinião da sociedade em geral, que passa a acreditar no que vê de imediato, deixando de lado sua fonte e não indo pesquisar o assunto, para saber se de fato é verdade ou uma mentira. Ao se analisar a eleição de 2018 e se verificarem os efeitos que as *fake news* produziram, tanto em âmbito jurídico como na sociedade, seria natural esperar-se encontrar uma possível resposta de um meio que o Tribunal Superior Eleitoral ou, até mesmo, o próprio Supremo Tribunal Federal pudesse ter tomado para que não se chegasse ao ponto de se ter uma enxurrada de notícias falsas sendo passadas e repassadas aos milhares durante todos os dias.

Palavras-chaves: *fake news*; eleição; Tribunal Superior Eleitoral; sociedade; Sociedade da Informação.

ABSTRACT

Fake news has a great impact on the population, due to its peculiar characteristics, the 2018 Brazilian election, especially with regard to the presidential campaign, had a great occurrence of fake news that were widely shared on social networks, such as Facebook, WhatsApp and Twitter, however, the main disseminator of these fake news, without a doubt, was the WhatsApp messaging application. Due to this large amount of lying material that was

¹ Mestre em Direito pelo Programa de Pós-Graduação em Direito pela Universidade de Santa Cruz do Sul na linha de pesquisa "A colisão das fake news com o princípio da Liberdade de Expressão na Sociedade de Informação." da área "Direitos Fundamentais na Sociedade de Informação". Graduação em Direito pela Universidade de Santa Cruz do Sul (2016).

disseminated, the Superior Electoral Court had to take some actions and remove certain fake news from circulation. This great accumulation of untrue news has generated a change both in behavior and in the opinion of society in general, which starts to believe in what it sees immediately, leaving aside its source and not going to research the subject, to know if in fact it is true or a lie. When analyzing the 2018 election and verifying the effects that fake news produced, both in the legal sphere and in society, it would be natural to expect to find a possible answer from a medium that the Superior Electoral Court or even the very The Supreme Federal Court could have taken it so that it would not reach the point of having a flood of false news being passed on and passed on by the thousands every day.

Keywords: fake news; election; Higher Electoral Court; society; Society of Information.

INTRODUÇÃO

O presente artigo tem por objetivo verificar os efeitos jurídicos e sociais das *fake news* na eleição brasileira de 2018, com enfoque na corrida presidencial, que foi disputada entre os candidatos Jair Messias Bolsonaro e Fernando Haddad, bem como entender o modo como se originaram tais *fake news* e identificar seus objetivos. Também busca elucidar quais foram as formas de combate de sua propagação, tomadas tanto pelo Supremo Tribunal federal quanto pelo Tribunal Superior Eleitoral.

A eleição foi extremamente conturbada devido ao grande número de *fake news* que eram espalhadas, diariamente, pelas redes sociais, especialmente, pelos grupos do aplicativo de mensagens *Whatsapp*, que é de uso comum de grande parte da população brasileira.

A onda de *fake news* foi tão grande que tanto o Tribunal Superior Eleitoral quanto o Supremo Tribunal Federal tiveram que tomar a frente em seu combate, retirando de circulação notícias que difamavam e caluniavam os então candidatos a presidente e seus candidatos a vice, porém, até serem, efetivamente, excluídas, aquelas notícias, imagens e vídeos eram repassados aos milhares entre os grupos de *Whatsapp* e postagens do *Facebook*, que geravam grande compartilhamento entre a população, promovendo caos e desinformação entre as pessoas que acreditavam naquelas notícias mentirosas.

1 QUAL É A ORIGEM DASFAKE NEWS E COMO SE DEU SUA PROPAGAÇÃO GLOBAL

As *fake news* são consideradas como um fenômeno que obteve uma dimensão global extraordinária recentemente, mais precisamente em 2016, quando elas ganharam uma enorme exposição durante a campanha de Donald Trump como candidato à presidência dos Estados Unidos da América. Trump, sempre que podia, afirmava que a imprensa não passava de propagadora de *fake news* sobre sua imagem. Mas aqui cabe ressaltar que ele tratava somente daqueles veículos de comunicação que teciam críticas sobre sua atuação.

Quando já eleito presidente, Donald Trump chegou a estimular os seus eleitores contra a imprensa americana que o criticava, em seu perfil no *Twitter*. Falou que “A mídia das notícias falsas não é minha inimiga, mas sim, do povo americano”. A respeito dessa imensa gama de *fake news* que o atual presidente dos Estados Unidos usa, é possível afirmar-se que certas noções vagas, como “pós verdade” e “cultura pós-factual”, a despeito de sua fluidez, aparecem no debate público como se fossem conceitos filosóficos (GIACOIA, 2017). Ainda tratando sobre Donald Trump, o jornalista inglês Matthew D’Ancona (2017, p. 22) diz que ele é muito mais visto como um animador de auditório do que como um político.

As redes sociais são um grande instrumento de difusão das *fake news*, podendo, inclusive, ser dito que elas são o palco da disseminação de um dos principais produtos da pós-verdade: as *fake news* e a discussão sobre o potencial impacto na política e na vida da sociedade (SPINELLI, 2018, p. 6).

A sociedade é que dá forma às tecnologias de acordo com as necessidades, valores e interesses das pessoas que as utilizam (CASTELLS, 2005, p. 17). Disso decorre que as tecnologias de comunicação e informação são, particularmente, sensíveis aos efeitos dos usos sociais da própria tecnologia (CASTELLS, 2005, p. 17). Manuel Castells, contudo, alerta que “a tecnologia é condição necessária mas não suficiente para a emergência de uma nova forma de organização social baseada em redes (CASTELLS, 2005, p. 17)”.

Quando se trata de *fake news*, é necessário entender o atual período histórico. Muito do que acontece hoje, há 40 ou 50 anos era impensável, como um computador que, naquela época, utilizava uma sala toda de espaço e, hoje, cabe em celulares, que as pessoas carregam, individualmente, em seus bolsos, sempre preparados para a execução de tarefas simples, como agenda, lazer e, até mesmo, pesquisas feitas para estudos. Sobre a sociedade tecnológica, Manuel Castells diz que a habilidade ou a falta dela pode ser decisiva nesse tipo de sociedade, na transformação histórica, bem como na transformação social, conforme pode ser visto a

seguir:

Sem dúvida, a habilidade ou inabilidade de as sociedades dominarem a tecnologia e, em especial, aquelas tecnologias que são estrategicamente decisivas em cada período histórico, traça seu destino a ponto de podermos dizer que, embora não determine a evolução histórica e a transformação social, a tecnologia (ou sua falta) incorpora a capacidade de transformação das sociedades, bem como os usos que as sociedades, sempre em um processo conflituoso, decidem dar ao seu potencial tecnológico (CASTELLS, 2005, p. 44-5).

O termo *fake news* ganhou tanta popularidade que apareceu no dicionário de Cambridge, onde sua definição pode ser tida como “histórias falsas que parecem como notícias, são espalhadas pela internet ou por outros meios de comunicação, usualmente criadas para influenciar visões políticas ou como piadas”.² Cabe ressaltar que o próprio dicionário, em sua definição, diz que servem para influenciar visões políticas, ou seja, as *fake news* buscam mudar ou afiançar opiniões sobre determinados políticos.

Tratando-se, ainda, sobre uma definição do que sejam as *fake news*, pode ser dito que elas não são exatamente um culto à mentira, mas sim, a indiferença com a veracidade dos fatos, que podem existir, ou não, e ocorrer, ou não, da forma divulgada (PIORILLO, 2018). Portanto, as *fake news* buscam moldar a opinião pública com um apelo à emoção e às crenças da sociedade.

A população, de modo geral, acabou se acostumando com o uso das mentiras pelo meio político, ela passou a considerar que a mentira se tornou uma regra e não mais uma exceção. Com isso, deixou de ser esperado que os políticos eleitos falem a verdade (D’ANCONA, 2017, p. 22), passando-se a acreditar que a população já entrou em uma espécie de sentimento de indiferença quanto à relação de políticos e mentiras, pois o que era uma exceção, quando havia poucas mentiras, acabou se tornando a regra e quem, hoje, fala a verdade passou a ser considerado uma exceção.

Aqui, cabe ressaltar, então, que o objetivo das *fake news* é o de causar uma desinformação e, desse modo, inundar os suportes de propagação de mensagens com falsas verdades e distorções sensacionalistas, para trazer desconfiança aos olhos da sociedade, em veículos tradicionais de comunicação das diferentes redes informáticas que se aninham na Internet (GIACOIA, 2017), fazendo com que tudo o que importe nessas histórias seja que elas

² Dicionário de Cambridge. Disponível em: <<https://dictionary.cambridge.org/us/dictionary/english/fake-news>>.

pareçam verdade (D'ANCONA, 2017, p. 56).

Mas quem ganha com essa desinformação de parte da população? Com qual finalidade são criadas as *fake news*? Por trás dessas informações inverídicas, existe um grande mercado de *sites* criados, especificamente, para a divulgação de *fake News*. Avalia-se que se está em um período em que as informações se transformaram em mercadorias intercambiáveis, num arranjo cujos agentes são reduzidos ao denominador comum de consumidores e cuja lógica operante é a de produção e de circulação mercantil (GIACCOIA, 2017).

Esses *sites* citados visam ao lucro e a outros objetivos mais obscuros. Um dos meios conhecidos de ganhar dinheiro é com a utilização de anúncios espalhados pelos *sites*, os conhecidos ADS (anúncios); já, entre os objetivos obscuros que podem também possuir, situam-se o de alcançar um resultado eleitoral pré-determinado, formar e influenciar correntes de opinião, induzir metas de políticas públicas e reforçar vínculos de identificação coletiva, formatando maneiras de pensar e sentir³ durante períodos eleitorais, como o recentemente ocorrido. Nesse, houve empresas que apoiaram um determinado candidato, acusadas de financiar um “caixa dois” para um serviço chamado de “disparo em massa”, que criou *fake news* a respeito de seu concorrente e as espalhava, principalmente, nos grupos de *Whatsapp*. (GIACCOIA, 2017) Mas é importante ressaltar-se que, até o presente momento, nada ainda foi comprovado firmemente, tendo-se somente acusações a respeito disso.

A fala de Oswaldo Giacoia Júnior reflete bastante a situação do atual ambiente virtual e de notícias, em que algumas fontes são descreditadas e pessoas preferem confiar no que é enviado pelo aplicativo *Whatsapp*, pois o consideram como não influenciado pelas *fake News*. Esse autor defende que “O leitor, largado num meio sabidamente repleto de mentiras, pode nivelar por baixo e duvidar de todos os conteúdos publicados, ou pode agarrar-se àqueles que lhe pareçam mais apropriados (GIACCOIA, 2017)”. É possível afirmar-se, também, que a mudança cultural posta pelas novas tecnologias fortalece um movimento em que o jornalismo perde o monopólio da novidade, da produção e da disseminação da informação (SPINELLI, 2018, p. 6).

Para D'Ancona, a pós-verdade é uma tendência profundamente alarmante, mas não é

³ GIACCOIA, Oswaldo Júnior. *E se o erro, a fabulação, o engano revelarem-se tão essenciais quanto a verdade?* São Paulo: 2017. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/ilustrissima/2017/02/1859994-e-se-o-erro-a-fabulacao-o-engano-revelarem-se-tao-essenciais-quanto-a-verdade.shtml>>.

um ponto final: aqueles desanimados com essa virada incorreta precisam se reerguer e contra-atacar, pois o pior tipo de resposta possível é a passividade muda (D'ANCONA, 2017, p. 100). O autor também propõe que, diante da sobrecarga de informações, todos se tornem editores, ou seja, devem filtrar, checar e avaliar (D'ANCONA, 2017, p. 100) tudo o que estiverem lendo, para então conseguirem identificar o que é verdade e o que é uma *fake news*.

O posicionamento do Ministro Marco Aurélio Mello, do Supremo Tribunal Federal, é o de que “As ideias são incontroláveis. O que nós precisamos é, posteriormente, diante de uma mentira intencional – e não me refiro ao erro, e sim a uma inverdade – ter as consequências jurídicas. Mas *a priori*, qualquer regulamentação soaria como censura”.⁴ Novamente, pode-se citar a eleição de Donald Trump, em que, na era da pós verdade, tudo se passa como se a verdade, simplesmente, não existisse e todos os pontos de vista tivessem valor idêntico – como se a suposta “verdade” divulgada pelo governo americano não fosse pior do que a “verdade” factual apurada pelos jornais tradicionais (GIACIOIA, 2017). Nesse mesmo evento, o Ministro do Tribunal Superior Eleitoral, Tarcísio Vieira, também comentou sobre as *fake news*, afirmando que integrantes do FBI (Federal Bureau of Investigation), que estiveram em visita ao Tribunal Superior Eleitoral, disseram não ter dúvidas de que a eleição americana tenha sido manipulada com informações falsas disseminadas em redes sociais.⁵

2 OS IMPACTOS SOCIAIS E JURÍDICOS CAUSADOS PELA DISSEMINAÇÃO EM MASSA DAS *FAKE NEWS* NA ELEIÇÃO BRASILEIRA DE 2018

Não existem dúvidas de que a eleição de 2018, no Brasil, foi muito conturbada. Grande parte dessa turbulência que ocorreu durante o período eleitoral foi causada pelas *fake news*, que, pode-se afirmar, estavam sendo criadas e espalhadas entre a população, a todo o vapor. Como já foi dito anteriormente, onde se tentou explicar a origem das *fake news*, um dos principais meios de propagação dessa infestação de notícias é o aplicativo de mensagens

⁴AGÊNCIA BRASIL. *Norma sobre fake news poderia resultar em censura diz Ministro do STF*. Brasília: Agência Brasil, 2018. Disponível em: <<http://agenciabrasil.ebc.com.br/politica/noticia/2018-08/norma-sobre-fake-news-poderia-resultar-em-censura-diz-ministro-do-stf>>.

⁵AGÊNCIA BRASIL. *Norma sobre fake news poderia resultar em censura diz Ministro do STF*. Brasília: Agência Brasil, 2018. Disponível em: <<http://agenciabrasil.ebc.com.br/politica/noticia/2018-08/norma-sobre-fake-news-poderia-resultar-em-censura-diz-ministro-do-stf>>.

Whatsapp, muito utilizado pelos brasileiros.

Segundo reportagem de Juliana Gragnani, onde existem falas de Francisco Brito Cruz, diretor do Internet Lab, que é o centro de pesquisas sobre Direito e tecnologia no campo da Internet, a crise das instituições de mediação se soma a uma divisão política muito agravada no Brasil, desde 2013, que foi um ano de grandes manifestações no país.

Existe uma grande dificuldade de competição entre a mídia e esses novos atores comentados por Cruz, porque um veículo de propaganda faz dez manchetes em uma hora, enquanto a imprensa profissional mobiliza mais recursos para produzir reportagens de verdade;⁶ já os que se dispõem a criar as *fake news* apenas têm interesse em falar o pior possível sobre um candidato, enquanto “endeusam” o outro candidato, aquele que, como elaboradores de notícias falsas querem ver vitorioso a qualquer custo.

Quando se fala a respeito de meios de comunicação, torna-se obrigatório mencionar a Internet, o grande espaço onde as *fake news* são criadas e espalhadas, sobre as plataformas digitais. Guareschi pondera que “as novas plataformas digitais permitem uma comunicação entre diferentes grupos muito mais dinâmica, trazendo à tona criações artísticas colaborativas, processos democráticos de participação e gestão de projetos de forma coletiva (GUARESCHI, 2013, p. 172)”. O autor também tece comentários sobre como acontece a comunicação na era digital. Para ele, “A comunicação na era digital traz a questão da democratização das possibilidades de acesso a estes novos meios para o centro das atenções em diferentes cidades, estados, países e continentes (GUARESCHI, 2013, p. 172)”.

O caos originado pelas *fake news* foi tão relevante que o Ministro Luiz Fux, quando participava do quadro Sociedade da informação e os desafios da desinformação, no 28.º Congresso Brasileiro de Radiodifusão, arazoou que, se uma candidatura “se calcou preponderantemente em *fake news*, essa candidatura pode ser anulada”. Nesse mesmo congresso, o ministro, novamente discorrendo sobre este assunto, disse que “é importante que haja uma lisura informacional para que o cidadão conheça das aptidões daquele que vai representá-lo no Parlamento. Uma *fake news* pode criar uma poluição informacional capaz de gerar no eleitor uma dúvida e colocá-lo em uma posição em que ele não vai indicar aquele que

⁶ GRAGNANI, Juliana. *Por que o Brasil se transformou em terreno fértil para a difusão de notícias falsas durante as eleições*. 2018. Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/brasil-45978191>>.

pretendia fazê-lo no prévio eleitoral”.⁷

Apesar dessas declarações do Ministro Luiz Fux, pode-se afirmar que pouquíssimas ações foram realizadas pelo Supremo Tribunal Federal para que se freasse a propagação das *fake News*. Atente-se para a fala do também Ministro do Supremo Tribunal Federal, Alexandre de Moraes, quando, comentando sobre o primeiro turno da eleição brasileira, afirmou “que *fake news* não tiveram qualquer influência nesta eleição, nenhuma, nenhuma influência. (...) falar que *fake news* tirou um candidato, ajudou outro, eu sinceramente acho que não teve nenhuma influência eleitoral”.⁸

Durante a disputa eleitoral dos presidentiáveis Jair Bolsonaro e Fernando Haddad, o Tribunal Superior Eleitoral chegou a convocar os responsáveis jurídicos de suas respectivas campanhas para uma reunião que tratasse a respeito das *fake news*. Anteriormente, pela primeira vez na história de uma corrida eleitoral, houve uma reunião do Conselho Consultivo do Tribunal Superior Eleitoral com representantes das plataformas do Google, *Facebook* e *Whatsapp*, que discutiu sobre Internet e Eleições⁹. Isso fez com que a Ministra Rosa Weber fosse duramente criticada por outros ministros da Corte Eleitoral.¹⁰

Algumas das principais notícias falsas que circularam neste país durante o período eleitoral de 2018 envolveram ataques ao partido político que fazia parte da esquerda, principalmente, agredindo o seu candidato a presidente e a sua vice. Algumas das *fake news* disseminadas por agências de renome e prestígio no cenário brasileiro chegaram a ter que prestar explicações que mostrassem o que era verdadeiro em determinadas notícias e o que era mentira. Um exemplo dessas *fake news* foi que o então candidato à presidência do Brasil, Fernando Haddad, teria sido responsável por um programa que distribuiria mamadeiras nas

⁷ FUX, Luiz. *Fux diz que justiça pode anular eleição se resultado for fruto de Fake News em massa*. São Paulo: Globo, 2018. Disponível em: <<https://g1.globo.com/politica/eleicoes/2018/noticia/fux-diz-que-justica-pode-anular-eleicao-se-resultado-for-fruto-de-fake-news-em-massa.ghtml>>.

⁸ MORAES, Alexandre de. Entrevista para o jornal Estadão. São Paulo. Disponível em: <<https://politica.estadao.com.br/noticias/eleicoes,fake-news-nao-tiveram-influencia-na-eleicao-diz-alexandre-de-moraes,70002542799>>.

⁹ GAZETA DO POVO. *TSE convoca campanhas de Haddad e Bolsonaro para reunião sobre fake news*. 2018. Disponível em: <<https://www.gazetadopovo.com.br/eleicoes/2018/tse-convoca-campanhas-de-haddad-e-bolsonaro-para-reuniao-sobre-fake-news-dfjiresyl7pc2a04qjb4f7i0m>>.

¹⁰ GAZETA DO POVO. *TSE convoca campanhas de Haddad e Bolsonaro para reunião sobre fake news*. 2018. Disponível em: <<https://www.gazetadopovo.com.br/eleicoes/2018/tse-convoca-campanhas-de-haddad-e-bolsonaro-para-reuniao-sobre-fake-news-dfjiresyl7pc2a04qjb4f7i0m>>.

creches com forma do órgão genital masculino.¹¹ Por mais ridícula que essa *fake news* possa parecer, teve um público que acreditou na informação e foi, então, necessário ser desmentida.

Durante o período que antecedeu o primeiro turno da eleição, segundo uma reportagem da Exame,¹² o então ainda candidato à presidência, Jair Bolsonaro, era quem mais detinha *fake news* ligadas a seu nome. De acordo com os dados dessa revista, de 12 boatos que surgiam e que mais tiveram crescimento nas buscas, sete eram ligados ao candidato do PSL. Também, a mesma fonte informa que, durante o mesmo período, o Partido dos Trabalhadores montou uma equipe de monitoramento das redes sociais, de modo que centenas de *sites* que eram considerados como responsáveis pela disseminação de *fake news* foram vigiados.¹³ Assim, cada vez que o nome do então candidato à presidência, Fernando Haddad, que concorria pelo PT, era citado, essa equipe de monitoramento recebia uma espécie de alerta, possibilitando-lhe entrar em ação para, se necessário, desmentir o fato. Conforme a Exame, essa equipe de monitoramento sempre acionava a Justiça para que a mentira fosse removida.¹⁴

No dia 15 de outubro de 2018, o Tribunal Superior Eleitoral determinou que fossem retirados da rede social *Facebook* vídeos com conteúdos a respeito da então candidata a vice-presidente do Brasil, Manuela D'Ávila. O TSE acolheu o pedido dos advogados de Manuela, que alegaram que havia *fake news* e notícias difamatórias contra a candidata.¹⁵ Recentemente, o *site* também lançou um botão que serve para denunciar *fake News*. Essa funcionalidade estava em fase de testes nos Estados Unidos e agora também pode ser utilizada no Brasil.¹⁶

Até mesmo o processo eleitoral brasileiro chegou a ser questionado por eleitores de um dos candidatos com ameaças de declararem a existência de fraude se não ganhassem a eleição. Pediram o voto impresso ou por cédulas e, posteriormente, eleitores desse mesmo candidato gravaram vídeos das urnas eletrônicas, onde digitavam o número do candidato à

¹¹REVISTA ABRIL. *TSE determina remoção de fake news contra Haddad*. 2018. Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/brasil/tse-determina-remocao-de-fake-news-contra-haddad/>>.

¹²REVISTA EXAME. *Disseminação de fake news para atacar candidatos marca eleição*. 2018. Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/brasil/disseminacao-de-fake-news-para-atacar-candidatos-marca-eleicao/>>.

¹³REVISTA EXAME. *Disseminação de fake news para atacar candidatos marca eleição*. 2018. Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/brasil/disseminacao-de-fake-news-para-atacar-candidatos-marca-eleicao/>>.

¹⁴REVISTA EXAME. *Disseminação de fake news para atacar candidatos marca eleição*. 2018. Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/brasil/disseminacao-de-fake-news-para-atacar-candidatos-marca-eleicao/>>.

¹⁵AGÊNCIA BRASIL. *TSE manda Facebook retirar vídeo com fake news sobre Manuela Davila*. Disponível em: <<https://noticias.uol.com.br/politica/eleicoes/2018/noticias/2018/10/15/tse-manda-facebook-retirar-video-com-fake-news-sobre-manuela-davila.htm>>.

¹⁶ABRIL. *Facebook lança botão de contexto para combater fake news no Brasil*. 2018. Disponível em: <<https://super.abril.com.br/tecnologia/facebook-lanca-botao-de-contexto-para-combater-fake-news-no-brasil/>>.

presidência e obtinham como resposta a inscrição de “número inválido”, o que lhes servia como base para denunciarem uma suposta fraude. Isso, porém, logo foi explicado: no vídeo, o eleitor indicava o número do candidato à presidência na hora de escolher o seu governador, fato que causava o erro na urna, dando motivo para invalidar o voto.¹⁷

As mídias de comunicação possuem o papel de influenciar na opinião pública da sociedade. Assim, analisando-se tais mídias, estritamente, em uma ótica sobre o fenômeno das *fake news*, verificando-se como essa opinião é afetada, vai-se entender como é feita essa formação da opinião. Noemi Ferrigolo diz que a imprensa independente, enquanto se posiciona em competição cooperativa com os órgãos do poder público, sob o paradigma de Quarto Poder nas democracias constitucionais, é capaz de exercer um controle crítico sobre os poderes Legislativo, Executivo e Judiciário (FERRIGOLO, 2005, p. 63) ou seja, ela defende que a mídia exerce uma função de controle crítico sobre os três poderes do Estado, mudando e formando a opinião pública das pessoas de acordo com o que acontece nesses poderes.

3 O COMBATE ÀS *FAKE NEWS* EM TERRITÓRIO BRASILEIRO

Apesar de todo o narrado durante o período eleitoral e as decisões, tanto do Supremo Tribunal Federal quanto do Tribunal Superior Eleitoral, nas quais *fake news* foram tiradas de circulação, ainda não se tem, no país, uma legislação ou uma corrente majoritária sobre o que fazer com as *fake news* espalhadas, diariamente, em elevadas quantidades.

Em se tratando das funções dos veículos de comunicação, segundo o entendimento de Luís Roberto Barroso, eles têm o dever de apurar, com boa fé e dentro de critérios de razoabilidade, a correção do fato ao qual darão publicidade (BARROSO, 2004, p. 25). De acordo com o que diz Barroso, “É bem de ver, no entanto, que não se trata de uma verdade objetiva, mas subjetiva, subordinada a um juízo de plausibilidade e ao ponto de observação de quem a divulga (BARROSO, 2004, p. 25)”. Ele também afirma que “Para haver responsabilidade, é necessário haver clara negligência na apuração do fato ou dolo na difusão da falsidade (BARROSO, 2004, p. 25)”.

¹⁷GAZETA DO POVO. *Número de Bolsonaro apareceu como “nulo” em vídeos porque eleitores votavam para governador*. 2018. Disponível em: <<https://especiais.gazetadopovo.com.br/eleicoes/2018/fake-news/numero-de-bolsonaro-apareceu-como-nulo-em-vidEOS-porque-eleitores-votavam-para-governador/>>.

Falando sobre a relação entre comunicação e Direito, Vidal Serrano Nunes Júnior assim se expressa:

Nele se interligam dois aspectos complementares do regime jurídico do processo de comunicação. De um lado, alicerçando a transmissão do pensamento, evocam-se as prescrições constitucionais designativas dos direitos fundamentais já tratados (opinião, expressão, informação), agora aplicadamente aos meios de comunicação social. De outro lado, em face de grande importância que os veículos adquirem no processo de comunicação, o direito de comunicação social vai até a regulamentação desses veículos ou meios de comunicação de massa. Reforça esse entendimento o ensinamento de Antonio Costella: “Direito da comunicação é o conjunto de normas gerais e cogentes que regulam a existência e a atuação dos meios de comunicação” (SERRANO, 2011, p. 43).

As formas da liberdade de comunicação são regidas por alguns princípios que são elencados por José Afonso da Silva, conforme podem ser vistos na sequência. O primeiro dispositivo, “observado o disposto na Constituição, não sofrerão qualquer restrição qualquer que seja o processo ou veículo por que se exprimam (SILVA, 2015, p. 245)”, preceitua que não haverá qualquer tipo de censura para a liberdade de comunicação, fora do que se encontra previsto na Constituição brasileira.

Segundo o entendimento de Barroso, já citado anteriormente, “A informação que goza de proteção constitucional é a informação verdadeira. A divulgação deliberada de uma notícia falsa, em detrimento do direito de personalidade de outrem, não constitui direito fundamental do emissor (BARROSO, 2004, p. 25)”. Em 2004, Barroso já falou sobre espalhar notícias falsas e sua consequência, assim como advertiu que a proteção constitucional destina-se somente à informação verdadeira (BARROSO, 2004, p. 25).

Humberto Jacques, Procurador-Geral do Tribunal Superior Eleitoral, discorrendo sobre o aplicativo de mensagens *Whatsapp*, observou que “querer invadir, policiar e controlar comunicações interpessoais é algo atentatório ao regime democrático, ainda que você queira fazer isso com a melhor das intenções. Precisamos refrear qualquer instinto de censura.”¹⁸ Sobre uma possível solução que pode ser realizada a partir de um aplicativo, esse Procurador-Geral recomendou que se melhorasse a ferramenta de checagem dos fatos, sugerindo a adoção do sistema do México, em que é possível enviar uma mensagem recebida

¹⁸ JACQUES, Humberto. *Eleições, checagem no Whatsapp pode melhorar*. 2018. Disponível em: <<https://politica.estadao.com.br/noticias/eleicoes,chechagem-no-whatsapp-pode-melhorar-diz-vice-procurador-geral-eleitoral,70002550272>>.

pelo aplicativo para uma agência que apura se o fato é verídico ou não.

Outras empresas de mídia também combatem as fake News: elas visam à busca da pós-verdade espalhada e ao esclarecimento do fato. Alguns exemplos são o Globo e a Rádio Gaúcha, que apresentam uma iniciativa muito boa, porém, mesmo esclarecendo os fatos, nem sempre as pessoas acreditam no que é dito, pois muitas delas preferem confiar naquilo que lhes é conveniente.

D’Ancona defende que “as tarefas triviais de pesquisa e recuperação de informação que costumavam consumir dias podem agora ser realizadas em segundos em um smartphone ou em um tablete (D’ANCONA, 2017, p. 109)”. Com isso, ele quer dizer que, hoje, o acesso à informação é muito mais facilitado do que era antigamente, ficou muito fácil distinguir uma *fake news* de uma notícia verídica. Bastam alguns segundos e o acesso à Internet que a verdade aparece sem que se faça muito esforço.

Ainda, durante as eleições, o jornal Folha de São Paulo, considerado como um jornal renomado no Brasil, fez uma reportagem alegando que empresas estariam patrocinando a criação de *fake news* contra o candidato do Partido dos Trabalhadores, Fernando Haddad, para favorecer Jair Bolsonaro. Isso levou o candidato prejudicado a pedir explicações do seu opositor sobre o possível “caixa dois” com relação a espalhar as *fake News*; já o candidato inquirido, por sua vez, em determinado momento, alegou que não tinha como controlar o que seus seguidores postavam e compartilhavam em suas redes sociais. Essa denúncia levou o *Whatsapp* a banir milhares de contas de usuários que estavam espalhando *fake news* e, apesar da denúncia feita pelo Folha de São Paulo, até agora, nada foi comprovado.

É possível encontrar-se alguma legislação sobre *fake News*, no Brasil, na Resolução n.º 23.551, de 18 de dezembro de 2017, mais precisamente, no seu artigo 85, que fala sobre penalidade criminal: “Constitui crime, punível com detenção de 6 (seis) meses a 2 (dois) anos e pagamento de 10 (dez) a 40 (quarenta) dias-multa, caluniar alguém, na propaganda eleitoral ou para fins de propaganda, imputando-lhe falsamente fato definido como crime”. O primeiro inciso do artigo já menciona a divulgação de *fake news* com estas palavras: “Nas mesmas penas incorre quem, sabendo falsa a imputação, a propala ou a divulga”.

Outra legislação a respeito de propagar *fake news* com o intuito de denegrir ou caluniar candidatos está presente no artigo 57-H da Lei n.º 12.891/2013 que diz: “Constitui

crime a contratação direta ou indireta de grupo de pessoas com a finalidade específica de emitir mensagens ou comentários na internet para ofender a honra ou denegrir a imagem do candidato, partido ou coligação, punível com detenção de 2 (dois) a 4 (quatro) anos (...).”

Apesar de vários projetos terem sido apresentados no Congresso Nacional, ainda não existe uma legislação específica que tutele a pós-verdade no Brasil. Existem juristas que defendem a criminalização de quem cria *fake news*, mas é extremamente difícil conseguir identificar essas pessoas na Internet. Atualmente, os dois projetos de Lei que mais chamam a atenção circulam na Câmara dos Deputados: o den.º 6.812/2017, que pretende instituir como crime o compartilhamento de informações falsas em detrimento de pessoa física ou jurídica, e o Projeto de Lei n.º 473/2017, que também pretende criminalizar *fake news* e busca modificar o Código Penal brasileiro para fazer constar essa questão da “divulgação falsa”.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Após entender de onde surgem as *fake news*, seu objetivo, que é o de causar desinformação na população, para que aconteça uma mudança de opinião política, ou, mesmo, um convencimento sobre algo dito, para beneficiar algum candidato ou manchar a imagem de outro, buscou-se estudar os efeitos desse fenômeno que ganhou uma disseminação em nível global, em 2016 e na eleição brasileira de 2018, analisar os reais impactos causados, juridicamente e socialmente, à população e identificar os meios de combate utilizados para enfrentar o avanço das *fake news*, para, então, se poder dizer que, talvez, tenha faltado uma maior atuação do alto escalão jurídico do país ao longo das eleições.

É impossível dizer com segurança que o resultado das eleições, sem as *fake news*, seria outro. Isso fica fora de análise, mas, de fato, os ministros, tanto do Supremo Tribunal Federal quanto do Tribunal Superior Eleitoral poderiam ter sido mais ativos no combate às *fake News*. Alexandre de Moraes, ministro do STF, chegou a asseverar que as *fake news* não tiveram um grande impacto nas eleições, o que causa grande estranheza a quem presenciou os fatos, suscitando uma discordância veemente. Acredita-se, sim, que elas tiveram um grande impacto tanto na população, que passou a crer, fielmente, no que recebia por redes sociais e a desconfiar de veículos tradicionais de comunicação, que não foram citados aqui.

Isso, obviamente, causa uma desinformação geral. Em grande parte das vezes, não é

possível identificar de onde surgiu uma *fake news*, e algumas delas até se parecem com notícias reais, mas em muitos casos, parecem tão inexplicáveis e sem fundamentos, beirando tão estranhamente o bizarro que é difícil aceitar a existência de pessoas que conseguem acreditar nelas.

Ratifica-se o fato de se ter afirmado que, talvez, tenha faltado mais incisão dos tribunais para que fossem tomadas medidas contra a disseminação das *fake news* e a identificação de seus mandantes/criadores. Esse trabalho poderia ter sido feito em conjunto com a mídia brasileira, para que pudessem suspender ao máximo o envio de *fake news*, bem como estabelecer suas identificações como notícias inverídicas e, assim, trazer maior luz à população que se encontrava nas trevas e assolada por notícias mentirosas.

A mais provável solução talvez seja a mais simples de todas: se se quiser proibir algo, que se crie uma legislação específica para o caso. Então, sugere-se que se proíba a disseminação das *fake news*, até mesmo, sua criação e que os *sites* chamados de caça-níqueis, que ganham dinheiro com anúncios e espalham *fake news* para receberem cliques, sejam banidos e retirados dos mecanismos de pesquisa, para que não possam ser acessados. Deveria ser instituída uma lei que promovesse o controle dessa praga da atualidade. Essas soluções apontadas têm em vista serem implementadas para o bem da população nos dias atuais, mas, infelizmente, não retrocedem no tempo e não poderiam mudar o rumo das eleições, visto que, durante o processo de sua realização, o Brasil tratou as *fake news* com um certo descaso, como narrado anteriormente.

REFERÊNCIAS

BARCLAY, Donald A. *Fake News, Propaganda, and Plain Old Lies – How to Find Trustworthy Information in the Digital Age*. Estados Unidos: Rowman & Littlefield Publishing Group, 2018.

BARROSO, Luís Roberto. *Colisão entre liberdade de expressão e direitos da personalidade*. Critérios de ponderação. Interpretação constitucionalmente adequada do Código Civil e da Lei de Imprensa. Rio de Janeiro: Revista de Direito Administrativo, 2004.

BARTLETT, Bruce. *The Truth Matters – A Citizen's Guide to Separating Facts From Lies and Stopping Fake News in Its Tracks*. Estados Unidos: Ten Speed Press, 2017.

BRANCO, Paulo Gustavo Gonet; MENDES, Gilmar Ferreira. *Curso de Direito Constitucional*. 13. ed. São Paulo: Saraiva, 2012.

BRASIL. Resolução n.º 23.551, de 18 de dezembro de 2017. Dispõe sobre a propaganda eleitoral, utilização e geração do horário gratuito e condutas ilícitas em campanha eleitoral nas

eleições. Disponível em: <www.tse.jus.br/legislacao-tse/res/2017/RES235512017.html>. Acesso em: 19/12/2018

CASTELLS, Manuel. *A Sociedade em Rede*. 8. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2005.
D'ANCONA, Matthew. *Pós-Verdade: a nova guerra contra os fatos em tempos de Fake News*. Barueri: Faro Editorial, 2018.

DE MASI, Domenico. *O futuro chegou: modelo de vida para uma sociedade desorientada*. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2014.

FERRIGOLO, Noemi Mendes Siqueira. *Liberdade de expressão*. Direito na sociedade da informação. Mídia Globalização e Regulação. São Paulo: Pillares, 2005.

FIORILLO, Celso Antonio Pacheco. *O marco civil da internet e o meio ambiente digital na Sociedade da Informação*. São Paulo: Saraiva, 2015.

GIACOIA, Oswaldo Júnior. *E se o erro, a fabulação, o engano revelarem-se tão essenciais quanto a verdade?* São Paulo: 2017. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/ilustrissima/2017/02/1859994-e-se-o-erro-a-fabulacao-o-engano-revelarem-se-tao-essenciais-quanto-a-verdade.shtml>>.

GONÇALVES, Maria Eduarda. *Direito da Informação: novos direitos e formas de regulação na Sociedade da Informação*. Coimbra: Almedina, 2003.

GRAGNANI, Juliana. *Por que o Brasil se transformou em terreno fértil para a difusão de notícias falsas durante as eleições*. 2018. Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/brasil-45978191>>.

GUARESCHI, Pedrinho A. *O Direito Humano à Comunicação: pela democratização da mídia*. Petrópolis: Vozes, 2013.

JACQUES, Humberto. *Checgem no WhatsApp pode melhorar, diz vice-procurador – geral eleitoral*. Estadão: 2018. Disponível em: <<https://politica.estadao.com.br/noticias/eleicoes,checegem-no-whatsapp-pode-melhorar-diz-vice-procurador-geral-eleitoral,70002550272>>.

LÉVY, Pierre. *A Máquina Universo: Criação, Cognição e Cultura Informática*. Lisboa: Epistemologia e Sociedade, 1987.

LÉVY, Pierre. *Cibercultura*. 34.ed. São Paulo: Editora 34, 1999.

MATTELART, Armand. *História da Sociedade da Informação*. São Paulo: Loyola, 2002.

PONTES, Felipe. Brasília: Agência Brasil, 2018. Disponível em: <<http://agenciabrasil.ebc.com.br/politica/noticia/2018-08/norma-sobre-fake-news-poderia-resultar-em-censura-diz-ministro-do-stf>>.

PRIOLLI, Gabriel. *A era da pós-verdade*. Disponível em: <<https://www.cartacapital.com.br/revista/933/a-era-da-pos-verdade>>.

SANTOS, Jéssica de Almeida; SPINELLI, Egle Müller. *Jornalismo na era da pós-verdade*:

fact-checking como ferramenta de combate às *fake news*. Palmas: Revista Observatório, 2018.

SERRANO, Vidal Nunes Júnior. *Direito e Jornalismo*. São Paulo: Verbatim, 2011.

SILVA, José Afonso. *Curso de Direito Constitucional Positivo*. 38. ed. Brasil: PC Editorial Ltda., 2015.

Submetido em 17.02.2020

Aceito em 20.03.2020