

PANORAMA GERAL SOBRE AS *FAKE NEWS*

INTRODUÇÃO

O presente trabalho tem como objetivo apresentar um panorama geral sobre as chamadas *fake news*. Neste sentido, o levantamento foi realizado de forma a tratar de assuntos relevantes dentro dos tópicos selecionados, sem a preocupação de estipular uma pergunta-problema ou demais perspectivas metodológicas relacionadas à pesquisa acadêmica. A ideia é apresentar o estado da arte do tema para pensar em possíveis desdobramentos, melhorias ou agendas futuras de pesquisa. Assim, o trabalho é dividido em cinco sessões, quais sejam, i) em busca de uma categoria teórica, ii) as *fake news* na sociedade, iii) perspectivas de regulação no Brasil, iv) comparativo com legislações estrangeiras e v) soluções para além da legislação.

EM BUSCA DE UMA CATEGORIA TEÓRICA

Inicialmente, é necessário realizar uma análise teórica acerca do termo *fake news*, que se popularizou tanto no senso comum quanto na imprensa como forma de designar fenômenos como notícias falsas e desinformação. Porém, no aspecto teórico jurídico-regulatório, existem várias diferenças nos significados dos termos empregados.

Em relatório intitulado *Information Disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making* publicado pelo Conselho da Europa em 2017¹, Claire Wardle e Hossein Derakhshan apresenta três classificações sobre o assunto, a saber, *dis-information*, *mis-information* e *mal-information*. O primeiro termo, o português traduz como desinformação, mas não existe tradução definida para os outros dois termos.

Os autores classificam esses três tipos de desordem na informação para apontar a diferença entre eles. A **desinformação** seria a informação falsa que é criada para prejudicar uma pessoa, um grupo social, uma organização ou um país. A ***mis-information*** é a informação que é

¹ WARDLE, Claire; DERAKHSHAN, Hossein. **Information Disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making**. Council of Europe, 2017; Disponível em: <https://rm.coe.int/information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research/168076277c>.

falsa, mas que não foi criada com o objetivo de causar danos. A *mal-information* é a informação baseada na realidade, mas que é usada para causar danos a pessoas, organização ou países².

É necessário fazer essa distinção dentro de debates técnicos-acadêmicos diante da carga política que o termo *fake news* produz. No Brasil, o termo é usado de forma ideológica por todos os espectros políticos³. Analisar de forma conjunta a *dis*, *mis* e *mal-information* colocando no mesmo guarda-chuva sob o nome de *fake news* impede o correto enfrentamento do problema.

Feito esse recorte necessário para pesquisas acadêmicas, este trabalho usará *fake news* como sinônimo de desordem da informação e a desinformação, que é o termo técnico sugerido, para se referir a disseminação de informação falsa criada com o intuito de prejudicar alguém.

AS FAKE NEWS NA SOCIEDADE

A disseminação de mentiras, mesmo na política, não são novidades da sociedade, muito menos na era atual. Ainda no século XIX, o jornal New York Sun publicou uma série de reportagens falsas sobre a lua buscando vender mais que os seus concorrentes na época⁴.

Mas, uma maior atenção com tema surgiu diante do aumento do acesso à internet e dos possíveis impactos das *fake news* no processo eleitoral. Com a crescente do uso da internet, a mudança na forma como o conteúdo é produzido, comunicado e distribuído é patente diante da velocidade e da facilidade de acesso à informação⁵.

Tratando da forma de divulgação da desordem na informação, Claire Wardle e Hossein Derakhshan apontam que existem três agentes e três fases na divulgação da desordem da informação, respectivamente, agente, mensagem, intérprete, criação, produção e distribuição⁶.

² WARDLE, DERAKSHAN. Op. Cit.

³ NOHARA, Irene Patrícia. Desafios da ciberdemocracia diante do fenômeno das fake news: regulação estatal em face dos perigos da desinformação. In: **Fake News: a conexão entre a desinformação e o direito**. Diogo Rais (coord.). 2ª ed. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2020.

⁴ CARVALHO, Lucas Borges de. A democracia frustrada: fake news, política e liberdade de expressão nas redes sociais. In: **Revista Internet&Sociedade**, n.1, v.1, fev/2020, pp.172-199. Disponível em: <https://revista.internetlab.org.br/a-democracia-frustrada-fake-news-politica-e-liberdade-de-expressao-nas-redes-sociais/>.

⁵ Claire Wardle e Hossein Derakhshan também colocam outras características que implicam na mudança na forma como o conteúdo, como o fácil acesso e a transmissão da informação em tempo real. In: **Information Disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making**. Council of Europe, 2017.

⁶ WARDLE, DERAKSHAN. Op. Cit.

Interessante mencionar que, sobre os agentes, os autores destacam quatro possíveis motivações, quais sejam, i) **financeira**: com o objetivo de lucrar com a desordem de informações; ii) **política**: prejudicar algum candidato ou influenciar a opinião pública, iii) **social**: ligação com algum grupo e iv) **psicológica**: em busca de prestígio⁷.

Os aspectos financeiro e político se sobressaem, o primeiro por conta dos cliques que monetizam os anúncios nas plataformas digitais⁸ e o segundo pelos reflexos eleitorais gerados pelo fenômeno ao redor do globo, especialmente pela eleição de Donald Trump nos Estados Unidos em 2016, fato que impulsionou grande parte dos estudos sobre desordem de informação e correlatos⁹.

Sobre as mensagens em si, o estudo indica que quatro características básicas contribuem para a disseminação, quais sejam, provocam resposta emocional, tem efeito visual, tem uma narrativa forte e são repetitivas¹⁰.

É claro que todo o processo de desinformação tem como base a linguagem e a comunicação. A nossa forma de linguagem consegue produzir diversos significados em uma única frase e, essa forma especial de linguagem, diferencia a nossa espécie formando toda a estrutura social¹¹. Inclusive, como aponta Yuval Noah Harari, as condições básicas para sobrevivência e desenvolvimento da humanidade começaram quando a linguagem permitiu que falássemos sobre coisas que não existem, criando ficções e, com isso, criando relações diretas ou indiretas com mais de 150 (cento e cinquenta) pessoas ao mesmo tempo, inclusive por meio da teoria da fofoca¹².

⁷ Ibidem.

⁸ ZANINI, Fábio. Fake News: como a direita e a esquerda exploram o termo de forma ideológica. In: **Fake News**: a conexão entre a desinformação e o direito. Diogo Rais (coord.). 2ª ed. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2020.

⁹ GROSS, Clarissa Piterman. Fake news e democracia: discutindo o status normativo do falso e a liberdade de expressão. In: **Fake News**: a conexão entre a desinformação e o direito. Diogo Rais (coord.). 2ª ed. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2020.

¹⁰ WARDLE, DERA KHSHAN, Op.Cit.

¹¹ HARARI, Yuval Noah. **Sapiens**: Uma breve história da humanidade. Tradução: Janaína Marcoantonio. 26 ed. Porto Alegre, RS: L&PM, 2017.

¹² Como diz o autor israelense, “nossa linguagem evoluiu como uma forma de fofoca. De acordo com essa teoria, o Homo Sapiens é antes de mais nada um animal social (...) A teoria da fofoca pode parecer uma piada, mas vários estudos a corroboram. Ainda hoje, a maior parte da comunicação humana – seja na forma de e-mails, telefonemas ou colunas nos jornais – é fofoca. É tão natural para nós que é como se nossa linguagem tivesse evoluído exatamente com esse propósito (...) Mas a característica verdadeiramente única da nossa linguagem não é sua capacidade de transmitir informações sobre homens e leões. É a capacidade de transmitir informações sobre coisas que não existem.” In: **Sapiens**: Uma breve história da humanidade. Tradução: Janaína Marcoantonio. 26 ed. Porto Alegre, RS: L&PM, 2017.p.32

Assim, a comunicação faz parte da humanidade, e a desinformação não deixa de estar atrelada à uma forma específica de comunicação, mesmo que seja marcada pela inverdade. Neste sentido, a construção de bolhas de comunicação na internet permite uma maior polarização da sociedade, pois somente será visível manifestações que concordam com o dito pelo usuário inviabilizando o debate inerente ao conflito de ideias. A criação de bolhas pelas próprias plataformas forma “um mundo em que a internet nos mostra o que ela acha que queremos ver, mas não necessariamente aquilo que temos de ver¹³.”

A criação e o amplo alcance das redes sociais coincidiram com o enfraquecimento dos jornais locais, e uma discussão constante sobre o impacto do enfraquecimento das mídias tradicionais (jornais, tv e rádio) pelas mídias sociais e os reflexos que pode ter na liberdade de expressão ¹⁴.

Porém, ainda é preciso se atentar que existem outras características que propiciam a disseminação da desinformação, “são mais fáceis de criar que notícias verdadeiras; os consumidores não conseguem verificar a sua autenticidade de forma simples; os consumidores gostam de ter uma visão polarizada sobre vários assuntos; muitas de nossas decisões são tomadas com base em um conhecimento coletivo e não em uma racionalidade individual; e normalmente nós buscamos informações alinhadas com nossos pensamentos¹⁵.”

Assim, um outro ponto que cria um cenário propício para a onda de desinformação é a pós-verdade, que é o estado no qual “as pessoas creem obstinadamente em suas visões de mundo e apenas procuram aceitar aquelas informações que confirmam suas crenças, que não são postas em questionamentos. Assim, perde a força de persuasão o contraste de argumentos, e as pessoas sucumbem aos boatos, sem propensão a analisar os fatos¹⁶.”

O envolvimento entre pós-verdade e desordem de informação é cíclico, um alimenta o outro. Inclusive, o Dicionário Oxford elegeu pós-verdade como a palavra do ano de 2016¹⁷ e o

¹³ PARISER, Eli. **Cuidado com as “bolhas de filtro” online**. TED Talk, TED 2011, março de 2011. Disponível em: https://www.ted.com/talks/eli_pariser_beware_online_filter_bubbles?language=pt#t-261802.

¹⁴ WARDLE, DERAKHSHAN. Op. Cit.

¹⁵ CASTRO, Leandro Nunes de. Computação e desinformação: tecnologias de detecção de desinformação online. In: **Fake News: a conexão entre a desinformação e o direito**. Diogo Rais (coord.). 2ª ed. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2020.

¹⁶ NOHARA, Op. Cit.

¹⁷ Disponível em: <https://g1.globo.com/educacao/noticia/pos-verdade-e-eleita-a-palavra-do-ano-pelo-dicionario-oxford.ghtml>

Dicionário Collins elegeu *fake news* como a palavra do ano em 2017¹⁸. A pós-verdade leva ao entendimento de que a opinião do indivíduo é a única possível em um dado contexto, sem a necessidade de refletir mais sobre o assunto quando contestado, até mesmo por conta da ausência de vontade de questionar a sua própria visão, comportamento inerente ao debate de ideias da nossa sociedade e da democracia.

A realidade ou a verdade dos fatos é posta em segundo plano, pois o único ponto a ser observado é a opinião do indivíduo, confirmada pela sua bolha. Como dito, discursos mentirosos sempre existiram e fazem parte da comunicação da sociedade, mas, agora, a grande diferença é o efeito da disseminação, que acontece de forma muito mais rápida e atinge mais pessoas por conta da internet¹⁹.

Ainda é possível indicar outras três características que diferenciam as *fake news* de outros fenômenos de disseminação de mentiras: i) a baixa barreira de entrada da informação na internet com o usuário como produtor de conteúdo; ii) a facilitação do uso do anonimato e; iii) a forma de financiamento de conteúdos na internet²⁰.

Para além disso, a própria dinâmica que propicia a divulgação de desinformação é gigante. Os atores políticos, que são símbolos para a nação, podem ser propagadores de notícias falsas causando um panorama de desinformação geral no Estado e uma falsa noção de realidade, assim como, a depender do Estado, o apreço à liberdade de expressão vai mudar e isso é diretamente relacionado com a adoção de medidas contra a desinformação²¹. Pesquisa da Artigo 19 indica que 3,9 bilhões de pessoas vivem em países onde a liberdade de expressão está em crise²², e é muito difícil que esses países se preocupem em evitar os impactos da desinformação.

A multiplicidade da forma de estruturação da imprensa também tem efeitos quando o assunto é desinformação. Sem dúvidas, a imprensa no geral é fundamental para a garantia da

¹⁸Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/internacional-41843695#:~:text=Em%202017%2C%20as%20men%C3%A7%C3%B5es%20a,metaf%C3%B3rico%2C%20e%20%22Antifa%22>.

¹⁹ NOHARA, Op. Cit.

²⁰ GROSS, Clarissa Piterman. Fake news e democracia: discutindo o status normativo do falso e a liberdade de expressão. In: **Fake News: a conexão entre a desinformação e o direito**. Diogo Rais (coord.). 2ª ed. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2020.

²¹ EUROPEAN COMMISSION. A multi-dimensional approach to disinformation: report of the independent High level Group on fake news and online disinformation, 2018. Disponível em <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/final-report-high-level-expert-group-fake-news-and-online-disinformation>

²² ARTIGO 19. Relatório Global de Expressão 2019/2020: Sumário Executivo. Disponível em: https://artigo19.org/wp-content/blogs.dir/24/files/2020/10/SumarioExecutivoGxR_PT.pdf.

transparência e da liberdade de expressão, inclusive podendo adotar um papel de “poder moderador”, como leciona Afonso de Albuquerque²³. Porém, nem todos os veículos adotam os mesmos padrões éticos e profissionais para conferência de veracidade das notícias e podem acabar dando origem ou reforçando uma desordem de informação.

A sociedade civil também tem sua parcela de responsabilidade por ser uma das grandes – se não for a maior – causa da grande rapidez da divulgação de *fake news*. Parte da população não faz questão de conferir se a notícia é verdadeira, e sequer abre o texto de apoio fazendo a leitura somente da manchete, que, muitas vezes, pode ser sensacionalista. Pesquisa realizada no MIT em 2018 indica que uma *fake news* se espalha seis vezes mais rápido no *Twitter* do que as notícias verdadeiras²⁴.

E, por falar em *Twitter*, as plataformas digitais também são figuras presentes quando se trata de desinformação. O alto número de pessoas e a falta de cuidado no tratamento da notícia é o caldo necessário para uma rápida crescente da onda de desinformação.

Dentro deste cenário, observa-se que a desinformação é fenômeno complexo e multifacetado. O ambiente político, institucional e social vai ditar qual vai ser a forma e alcance da propagação da desinformação e da desordem de informação como um todo e existem diversos desafios a serem enfrentados.

3.1. Efeitos políticos das *fake news*

Como dito, o grande foco de discussão de *fake news* surgiu com o efeito eleitoral nas eleições dos Estados Unidos de 2016. A disseminação de desinformação nesse cenário parece seguir dois passos: a destinação da desinformação e a criação da notícia falsa.

Com relação ao primeiro aspecto, foi identificada a possibilidade de utilizar bases de dados pessoais oriundas de empresas terceiras para conseguir classificar as preferências de

²³ ALBUQUERQUE, Afonso de. A mídia como “poder moderador”: uma perspectiva comparada. Compós. Disponível em: http://www.compos.org.br/data/biblioteca_305.pdf.

²⁴ Disponível em:

https://science.sciencemag.org/content/359/6380/1146?utm_source=SciPak%20%2528updated%206%252F30%252F2017%2529&utm_campaign=f996c5aa4d-EMAIL_CAMPAIGN_2018_03_02&utm_medium=email&utm_term=0_10c5e799a3-f996c5aa4d-126626477.

eleitores e direcionar conteúdos específicos que podem se adequar ao seu posicionamento eleitoral ²⁵²⁶.

Tanto a destinação quanto a criação das *fake news* é bastante atrelada ao aspecto financeiro, e, no cenário político, a ideia é a mesma. Diga-se que uma das principais desinformações espalhadas nas eleições de Trump é criada por *hackers* adolescentes da Macedônia que entenderam que a viralização da falsa notícia “O papa apoia o Trump!” possibilitaria que eles ganhassem dinheiro ²⁷.

Assim, dentro da dinâmica eleitoral, a desinformação pode ter motivação financeira e/ou política. Neste sentido, a criação da notícia falsa tem como foco o pleito eleitoral que estiver em questão criando falsas narrativas sobre os adversários para prejudica-los, ou até mesmo sobre o próprio candidato com o intuito de beneficia-lo.

No Brasil, o reflexo desse cenário mundial foi sentido nas eleições gerais de 2018, especialmente na disputa presidencial. Reportagem da jornalista Patrícia Campos Mello publicada na Folha de São Paulo antes do segundo turno das eleições daquele ano divulgava que empresários financiaram o envio de mensagens em massa no *WhatsApp* consistente em fake news contra o Partido dos Trabalhadores²⁸.

Com base na referida reportagem, a Coligação Brasil Soberano composta pela pelo PDT/Avante ajuizou duas ações de investigação judicial eleitoral (Aijes) em face de Jair Bolsonaro, Hamilton Mourão, Luciano Hang, Coligação Brasil Acima de Tudo, Deus Acima de Todos (PSL/PRTB) e outros. As ações foram fundamentadas em abuso do poder econômico por contratação de empresa para disparo de mensagens com conteúdo falso pelo *Whatsapp*, utilizarem valores acima do permitido para o gasto de campanha e receberem doações de pessoas jurídicas. O Tribunal Superior Eleitoral julgou as ações declarando a improcedência do pedido em fevereiro de 2021.

Pesquisa em andamento pelo CEPI/FGV busca entender qual a posição da Justiça Eleitoral sobre a desinformação nas eleições de 2018. A pesquisa identificou dois pontos

²⁵ PRIVACIDADE HACKEADA. Direção de Karim Amer e Jehane Noujaim. Produção de Karim Amer, Jehane Noujaim, Pedro Kos, Judy Korin e Geralyn Dreyfous. **Netflix**, 2019.

²⁶ RUNCIMAN, David. **Como a democracia chega ao fim**. Tradução Sérgio Flaksman. São Paulo: Todavia, 2018.

²⁷ Ibidem.

²⁸ MELLO, Patrícia Campos. Empresários bancam campanha contra o PT pelo WhatsApp. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/10/empresarios-bancam-campanha-contra-o-pt-pelo-whatsapp.shtml>.

temporais principais sobre o ajuizamento das ações, quais sejam, início do período de propaganda eleitoral e segundo turno das eleições²⁹. Nos julgados, “há grande utilização de termos ligados à ofensa à honra (93% no TSE e 90,1% nos TREs), aos crimes de calúnia, difamação e injúria (78,2% no TSE e 69% nos TREs) e ao conceito de “sabidamente inverídico” (77,4% no TSE e 78,6% nos TREs)³⁰.”

PERSPECTIVAS DE REGULAÇÃO NO BRASIL

O grande desafio que envolve a tentativa de regulamentar as chamadas *fake news* é o embate do tema com a liberdade de expressão e a democracia³¹. Como mencionado anteriormente, as eleições de Trump em 2016 suscitaram amplo debate sobre o assunto, que foi impulsionado no Brasil por conta das eleições de 2018. Naquela ocasião, a *Folha de S. Paulo* noticiou o uso de *fake news* como estratégia eleitoral.³²

Todo esse cenário levou a perspectivas de regulação no Brasil. Entre 2017 e o meio de 2018, existiam 14 projetos de lei em tramitação no Congresso Nacional sobre o tema, sendo que 1 (um) tramitava no Senado e os demais na Câmara dos Deputados. Naquela ocasião, 2 (projetos) buscavam a aprovação de leis específicas sobre *fake news* e os outros pretendiam incluir disposições sobre o assunto no Código Penal, no Código Eleitoral no Marco Civil da Internet e na Lei de Segurança Nacional³³.

Já naquele momento de discussões iniciais sobre o tema no Congresso Nacional, o Parecer do Conselho de Comunicação Social do Congresso Nacional apontou seis temas que precisariam ser considerados em qualquer tentativa de regular *fake news*: i) definição clara e bem delimitada do que seja *fake news*, ii) dosimetria proporcional de possíveis penalidades, iii) responsabilização de quem propositalmente gera a desinformação, iv) retirada de conteúdo

²⁹ Eleições, fake news e os tribunais [recurso eletrônico]: desinformação online nas eleições de 2018: sumário de resultados 30.09.2020. Rodrigo Moura Karolczak [et al.]. São Paulo: CEPI FGV Direito SP, 2020. Disponível em: https://www.academia.edu/44383433/Elei%C3%A7%C3%B5es_Fake_News_e_os_Tribunais_desinforma%C3%A7%C3%A3o_online_nas_elei%C3%A7%C3%B5es_brasileiras_de_2018_Sum%C3%A1rio_de_resultados.

³⁰ CEPI FGV Direito SP, Op.Cit. 2020..

³¹ GROSS, Op.Cit.

³² Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/10/empresarios-bancam-campanha-contra-o-pt-pelo-whatsapp.shtml>.

³³ CEPI FGV Direito SP, Op. Cit, 2020..

condicionada a ordem judicial, v) órgão competente para fazer avaliação prévia, se houver e vi) necessidade de evitar a censura³⁴.

As eleições de 2018 foram organizadas sem a aprovação de nenhuma lei sobre o assunto pelo Congresso Nacional. Em 2019, foi promulgada a Lei nº 13.834/2019 que alterou o Código Eleitoral para tipificar o crime de denunciação caluniosa com finalidade eleitoral acrescentando o art. 326-A nos seguintes termos:

Art. 326-A. Dar causa à instauração de investigação policial, de processo judicial, de investigação administrativa, de inquérito civil ou ação de improbidade administrativa, atribuindo a alguém a prática de crime ou ato infracional de que o sabe inocente, com finalidade eleitoral:

Pena - reclusão, de 2 (dois) a 8 (oito) anos, e multa.

§ 1º A pena é aumentada de sexta parte, se o agente se serve do anonimato ou de nome suposto.

§ 2º A pena é diminuída de metade, se a imputação é de prática de contravenção.

§ 3º Incorrerá nas mesmas penas deste artigo quem, comprovadamente ciente da inocência do denunciado e com finalidade eleitoral, divulga ou propala, por qualquer meio ou forma, o ato ou fato que lhe foi falsamente atribuído³⁵.

Assim, foi criado um primeiro tipo sobre o tema no ordenamento jurídico brasileiro por meio da supracitada lei. Mas o tema não deixou de ser apreciado no Congresso. Pelo contrário, existe um amplo rol de projetos sobre o assunto. Inclusive, é preciso pontuar que os possíveis projetos de lei sobre o assunto devem zelar pelo núcleo fundamental da liberdade de expressão.

Durante pesquisa realizada acerca dos projetos de lei sobre o assunto na Câmara dos Deputados, foi identificado que “percebe-se dos projetos analisados que há uma certa obscuridade no que se refere à delimitação de critérios para discriminar o que são *fake news* ou notícias falsas, a depender da redação das proposições, acabam violados os direitos constitucionais conexos à liberdade de expressão³⁶.”

³⁴ BRASIL. Conselho de Comunicação Social do Congresso Nacional. Parecer. Disponível em: <https://legis.senado.leg.br/sdleg-getter/documento?dm=7740092&ts=1593906687173&disposition=inline>.

³⁵ BRASIL. Lei 13834/2019. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2019/lei/L13834.htm.

³⁶ COSTA, Rodrigo Vieira; MACEDO, Johnata C. de Macedo. A (in) constitucionalidade dos projetos de lei apresentados na Câmara dos Deputados do Brasil sobre fake news. In: **Revista Internet&Sociedade**, n.1, v.1, fev/2020, pp.102-125. Disponível em: <https://revista.internetlab.org.br/lei-apresentados-na-camara-dos-deputados-do-brasil-sobre-fake-news/>.

Atualmente, existe um projeto de lei principal sobre o assunto: o PL 2.630/2020. Este projeto de lei teve autoria do Senador Alessandro Vieira (Cidadania/SE) e tramitou no Senado Federal com o mesmo número. Pode-se considerar como o principal projeto de *fake news* porque já foi aprovado pelo Senado e já iniciou seu trâmite na Câmara dos Deputados com a designação de relatoria do deputado Paulo Ganime (Novo/RJ) na Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática (CCTCI) no dia 19.04.2021³⁷.

O referido PL pretende “instituir a Lei Brasileira de Liberdade, Responsabilidade e Transparência na Internet”. O projeto aprovado no Senado tem 36 (trinta e seis) artigos e contém 7 (sete) capítulos.

O Capítulo 1 trata sobre as disposições preliminares apresentando os objetivos, os princípios e os conceitos do projeto. Dentro desse capítulo, é importante destacar que a Lei se aplicaria para todos os provedores de redes sociais e serviços de mensageria privada que ofereçam serviços para mais de 2 (dois) milhões de brasileiros (art. 1º, §1º). A lei estabelece 9 (nove) princípios, entre os quais, a liberdade de expressão e de imprensa; a responsabilidade compartilhada pela preservação de uma esfera pública livre, plural, diversa e democrática; e a transparência nas regras para veiculação de anúncios e conteúdos pagos (art. 3º).

O PL tem quatro objetivos relacionados com o fortalecimento do processo democrático por meio do combate ao comportamento inautêntico e às redes de distribuição artificial de conteúdo e do fomento ao acesso à diversidade de informações na internet no Brasil (art. 4º, I). Interessante destacar que o art. 5º define os conceitos adotados pela legislação, mas não trata em nenhum momento de *fake news* – assim como o restante do PL -, mas apresenta os conceitos de rede social e serviço de mensageria privada (art. 5º, VII e IX).

O Capítulo II trata sobre a responsabilidade e a transparência no uso de redes sociais e de serviços de mensageria privada. O art. 6º define que devem ser adotadas medidas para vedar o funcionamento de contas inautênticas, vedar contas automatizadas não identificadas como tal e identificar conteúdos impulsionados e publicitários que tenha sido financiados.

Em caso de posturas violadoras ao PL, os provedores de redes sociais, os serviços de mensageria privada e o Judiciário podem requerer documento para comprovação de identidade (art. 7º), inclusive, os provedores devem adotar medidas para impedir fraude no cadastro ou uso

³⁷ CÂMARA DOS DEPUTADOS. PL 2630/2020. Disponível em: https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/prop_mostrarintegra?codteor=1909983&filename=PL+2630/2020.

ilegal das contas. Interessante mencionar que o art. 8º, §1º permite o compartilhamento de dados entre os serviços de mensageria privada e as operadoras de telefonia em caso da suspensão de contas por rescisão de contrato.

Os arts. 9º a 11 estabelecem obrigações específicas para os serviços de mensageria. O uso desses serviços deve manter a natureza interpessoal, limitar o número de encaminhamento de uma mesma mensagem, limitar o número máximo de membros de grupos, auferir consentimento prévio do usuário para inclusão em grupos/listas de transmissão/encaminhamento de mensagens e desabilitar por padrão a autorização de inclusão nesses citados espaços nos serviços de mensageria.

Os registros dos envios de mensagens veiculadas em encaminhamento em massa devem ser guardadas por até 3 (três) meses (art. 10) para mensagens que compartilhadas com mais de 1000 (mil) usuários (art. 10, §4º), com a indicação do usuário autor, data e horário do encaminhamento e número total de usuários que receberam a mensagem (art. 10, §2º), sendo que, o acesso aos dados fica condicionado à ordem judicial para investigação ou instrução penal (art. 10, §3º). O encaminhamento em massa é considerando quando uma mesma mensagem for enviada por mais de 5 (cinco) usuários em até 15 (quinze) dias para grupos e similares.

O art. 12 trata sobre os procedimentos de moderação estabelecendo que os provedores de aplicação de internet que forem aplicar medidas de controle de conteúdo devem avisar o usuário sobre a fundamentação, o processo de análise, a aplicação da medida e os prazos para contestação. Porém, não é preciso notificar se o dano for imediato e de difícil reparação, para a segurança da informação ou do usuário; de violação a direitos de crianças e adolescentes; de crimes tipificados na Lei 7716/1989 e de comprometimento de usabilidade/integridade/estabilidade no provedor. Interessante mencionar que o §5º positiva que “O prazo de defesa será diferido nos casos de conteúdo que use imagem ou voz manipuladas para imitar a realidade, com o objetivo de induzir a erro acerca da identidade de candidato a cargo público, ressalvados o ânimo humorístico ou de paródia.”

Os provedores de redes sociais devem produzir **relatórios trimestrais de transparência** para informar os procedimentos e decisões de tratamento de conteúdos gerados por terceiros no Brasil informando alguns dados e ações, como o número total de medidas de moderação adotadas, o número de medidas revertidas pela plataforma e dados de engajamento e interação com os conteúdos irregulares (art. 10, caput e §1º).

Sobre a publicidade, os provedores de redes sociais devem identificar todos os conteúdos impulsionados e publicitários permitindo a identificação do anunciante e as suas informações de acesso (art. 14). O , o tempo de veiculação, a marcação como propaganda eleitoral e as características gerais da audiência contratada (art. 15). Os provedores de redes sociais devem ter o histórico de todo o conteúdo publicitário que o usuário entrou em contato pelos últimos 6 (seis) meses (art. 16) e podem requerer a confirmação da identificação dos anunciantes (art. 17).

Acerca do Poder Público, o PL expressa que se aplicaria para contas dos detentores de mandatos eletivos e aos ocupantes de cargos de alto escalão do Poder Executivo de todas as esferas e aos conselheiros dos Tribunais de Contas da União, Estados, Distrito Federal e Municípios (art. 18), sendo que, somente a conta de uma plataforma terá que cumprir as obrigações, caso o agente tenha conta em mais de uma rede social (art. 18, §2º). As contas desses agentes são consideradas de interesse público (art. 18, caput). Interessante mencionar o escopo do art. 18, §1º, que estabelece que “as contas de que trata o caput não poderão restringir o acesso de outras contas às suas publicações.”

Os órgãos da Administração Pública direta e indireta devem expor no portal da transparência dados sobre a contratação de serviços de publicidade e propaganda/impulsionamento, como o valor do contrato e os critérios de definição de público-alvo (art. 19), sendo coibida a publicidade para perfis e sites que promovam violência e discriminação (art. 20).

O Poder Público deve desenvolver meios para responder aos danos coletivos que podem ser produzidos por violação aos ditames do PL (art. 22) e fomentar a educação digital (art. 21). Da mesma forma, o Poder Público deve ter norma interna para tratar sobre sua estratégia de comunicação social podendo estabelecer manual de boas práticas (art. 23). O art. 24 apresenta interessante disposição elencando que “é vedado perseguir ou de qualquer forma prejudicar o servidor público em função de conteúdo por ele compartilhado em caráter privado, fora do exercício de suas funções e que não constitua material cuja publicação tenha vedação prevista em lei.”

O Capítulo IV trata do Conselho de Transparência e Responsabilidade na Internet, órgão que teria a responsabilidade de acompanhar a observância das medidas da Lei e realizar estudos, pareceres e recomendações sobre liberdade, responsabilidade e transparência na internet

(art. 25, caput e parágrafo único). O órgão será instituído pelo próprio Congresso Nacional e, entre outras funções, deve elaborar o código de conduta para redes sociais e serviços de mensageria privada, realizar estudos para a criação de fundo para financiamento da educação digital no Brasil e organizar a conferência nacional sobre a liberdade, responsabilidade e transparência na internet anualmente (art. 25).

O Conselho será formado por 21 (vinte e um) conselheiros com mandato de 2 (dois) anos com 1 (uma) recondução possuindo representantes do Senado, da Câmara, do Conselho Nacional de Justiça, do Conselho Nacional do Ministério Público, do Comitê Gestor da Internet, da sociedade civil, da academia e comunidade técnica, dos provedores, do setor de comunicação social, do Conselho dos Chefes de Polícia Civil, da Polícia Federal, da Agência Nacional de Telecomunicações e do Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária (art. 26). A atividade do conselho é voluntária (art. 26, §3º) e quem pode ser demissível ad nutum da Administração Pública ou for filiado a partido político não pode ocupar o cargo (art. 26, §4º).

O Capítulo V trata sobre a **autorregulação regulada** expondo que os provedores de redes sociais e de serviços de mensageria privada podem criar instituição voltada à transparência e a à responsabilidade no uso da internet que deve ser certificada pelo Conselho de Transparência e Responsabilidade na Internet (art. 30).

O Capítulo VI versa sobre as sanções, que são duas específicas nos termos do PL: advertência com indicação de medidas corretivas e **multas de até 10% (dez por cento) do faturamento do grupo econômico no Brasil** no seu último exercício sem prejuízos de demais sanções civis, criminais e administrativas (art. 31, I e II). É considerado reincidente quem repete a conduta no prazo de 6 (seis) meses de uma sanção anterior.

Por fim, o Capítulo VII apresenta as disposições finais determinando que os provedores de redes sociais e de serviços de mensageria privada devem nomear representantes legais e ter sede no Brasil (art. 32). As multas devem ser destinadas para o Fundeb e empregadas em ações de educação digital (art. 33) e o PL acrescenta disposições nas Leis 10.703/2003 e 12.965/2014 (arts. 34 e 35). O art. 36 trata sobre a vigência da possível Lei estabelecendo que os dispositivos sobre o Conselho entram em vigor na data de publicação e os demais depois de 90 (noventa) dias da sua publicação.

Este panorama comprova que o PL 2.630/2020 apresenta várias disposições relacionadas à transparência das redes sociais e dos aplicativos de mensagens **estabelecendo um**

novo regime sobre o assunto no Brasil buscando impedir a desinformação. Porém, algumas críticas já foram realizadas, mesmo antes da aprovação da versão final pelo Senado Federal, como a confusão entre maior transparência e patrocínio de páginas e posts e conceitos vagos do aspecto da governança³⁸.

BREVE COMPARATIVO COM LEGISLAÇÕES ESTRANGEIRAS

Alguns países também discutem formas de regulação para diminuir os efeitos da desinformação. Neste estudo, iremos tratar de dois países: Alemanha e Malásia.

A lei alemã contra *fake news*, o *Network Enforcement Act* (*Netzwerkdurchsetzungsgesetz*), entrou em vigor em janeiro de 2018 com a perspectiva de regular as plataformas de distribuição de conteúdo com mais de dois milhões de usuários estabelecendo a responsabilidade jurídica em casos que violem as determinações do Código Penal alemão e a exclusão do conteúdo.

A retirada do conteúdo pode ser feita em até 24 (vinte) horas, com prazo máximo podendo chegar até sete dias. **As plataformas devem informar o usuário se forem censurar o conteúdo postado.** As empresas devem guardar os dados por 10 (dez) semanas para possível uso como provas. A legislação prevê a possibilidade de multa de até 50 milhões de euros em caso de descumprimento³⁹. Interessante ressaltar que a lei alemã não se aplica para serviços de mensageria privada e tem escopo limitado às redes sociais⁴⁰.

A Malásia também optou pela aprovação da lei sobre o assunto em 2018, sendo que, define *fake news* como “*any news, information, data and reports, which is or are wholly or partly*

³⁸ Nota Técnica: Lei Brasileira de Liberdade, Responsabilidade e Transparência na Internet (PL nº 2927/2020 e PL nº 2630/2020). Alexandre Pacheco da Silva [et al.]. São Paulo: CEPI FGV Direito SP, 2020. Disponível em: https://direitosp.fgv.br/sites/direitosp.fgv.br/files/arquivos/nota_tecnica_-_pl_desinformacao.pdf.

³⁹ ALVES, Marco Antônio Sousa; MACIEL, Emanuella R. Halfeld. O fenômeno das fake news: definição, combate e contexto. In: **Revista Internet&Sociedade**, n.1, v.1, fev/2020, pp.144-171. Disponível em: <https://revista.internetlab.org.br/o-fenomeno-das-fake-news-definicao-combate-e-contexto/>.

⁴⁰ LAW LIBRARY OF CONGRESS. **Initiatives to Counter Fake News in Selected Countries**. 2019. Disponível em: <https://www.loc.gov/law/help/fake-news/counter-fake-news.pdf>. P.38.

*false, whether in the form of features, visuals or audio recordings or in any other form capable of suggesting words or ideas*⁴¹.”

A legislação malaia criminaliza a publicação de notícias falsas publicadas no meio digital ou no meio físico. A legislação prevê a aplicação de multa até 500 mil *ringgits* e seis anos de prisão. O contexto que fomentou a aprovação da legislação é uma crise política complexa, já que a lei foi aprovada poucas semanas antes da eleição e foi proposta pelo ex-ministro do país, que estava sendo investigado por corrupção. Inclusive, o primeiro malaio preso pela lei teve prisão decretada por postar um vídeo reclamando da demora da polícia em atender uma chamada⁴².

Os exemplos dos países acima apenas reforçam a dificuldade e complexidade de se enfrentar tema relevante e espinhoso em um ambiente cada vez mais digital e politizado, justificando também a necessidade de debate no Brasil com a apresentação de soluções viáveis para cabível enfrentamento.

CONCLUSÃO: SOLUÇÕES PARA ALÉM DA LEGISLAÇÃO

A judicialização da vida leva a uma perspectiva de que a solução de vários temas perpassa pelo direito e, conseqüentemente, de uma esfera jurídica de proteção. No Brasil, observa-se que vários temas acabam sendo objeto de tentativa de regulação pela Legislação em uma tentativa de alcançar definir regras de condutas nas mais diversas situações. Porém, nem tudo se resolve com Lei, assim como nem todos os assuntos requerem a produção legislativa⁴³.

Neste sentido, o presente tópico apresenta algumas soluções para o problema da desinformação para além da legislação com viés informativo de expor outras possibilidades possíveis para se pensar sobre o assunto. É claro que o presente artigo não tem como objeto analisar a eficácia de uma possível “*lei de fake news*” no Brasil, mas é preciso avaliar

⁴¹ Em tradução livre: qualquer notícia, informação, dados e relatórios, que são ou são total ou parcialmente falsos, quer sob a forma de características, visuais ou gravações áudio ou sob qualquer outra forma capaz de sugerir palavras ou ideias. LAW LIBRARY OF CONGRESS. **Initiatives to Counter Fake News in Selected Countries**. 2019. Disponível em: <https://www.loc.gov/law/help/fake-news/counter-fake-news.pdf>. P. 70.

⁴² ALVES, MACIEL, Op.Cit.

⁴³ O Brasil é famoso pela quantidade de legislação produzida, não propriamente por sua qualidade. Disponível em <https://educacao.uol.com.br/disciplinas/cidadania/legislacao-mais-de-34-mil-leis-ordenam-a-vida-dos-brasileiros.htm#:~:text=S%C3%A3o%2010.204%20leis%20ordin%C3%A1rias%2C%20105,5.840%20decretos%20d o%20poder%20Legislativo> Acesso em 19/05/2021.

comparativamente outras medidas que poderiam ser adotadas – para além da legislativa – para tratar sobre o assunto. Afinal, como mencionado ao longo do artigo, a desinformação é complexa e multifacetada, o que torna difícil acreditar que uma única solução (via legislativa) resolverá o problema.

Assim, em 2018, a *European Commission* nomeou um grupo especial de estudo para pesquisar o tema, que, ao final dos trabalhos, elaborou o relatório “*A multi-dimensional approach to disinformation: report of the independent High level Group on fake news and online disinformation*”⁴⁴ sobre formas de combate à desinformação.

A citada pesquisa aponta que medidas importantes já foram tomadas contra a desinformação. **A transparência e a consciência sobre a responsabilidade são importantes em dois aspectos: fomentar a diminuição da desinformação por meio da educação digital coletiva, e evitar que desinformação seja espalhada pelas plataformas de redes sociais, que é o meio de mais rápida disseminação.** As plataformas reagiram a situação e tomaram medidas de combate importantes, como a identificação e remoção de contas ilegítimas e avisos nas postagens que podem conter notícias falsas⁴⁵.

Ligado a isto, a pesquisa também indica a importância da checagem de fatos e do surgimento de agências e iniciativas nesse sentido nas redes sociais permitindo ter uma avaliação sobre a veracidade da informação passada praticamente em tempo real e com evidências que comprovam se se trata de uma mentira ou de uma verdade⁴⁶.

Como outro ponto de destaque, a pesquisa aponta que a alteração dos algorítmicos para conseguir identificar desinformação ou contas inautênticas é importante para evitar a disseminação na rede. A programação voltada para identificação do conteúdo infringente e impulsionamento da checagem de veracidade de postagem podem contribuir positivamente para o combate às *fake news*, segundo o previsto no relatório.

Assim, o *High level Group* estabelece objetivos específicos que devem basear o combate às *fake news*, a saber: **i)** autoridades públicas devem garantir a liberdade de imprensa e a liberdade de expressão, **ii)** os agentes envolvidos devem colaborar entre si, **iii)** a fonte de desinformação deve ser desmonetizada, **iv)** as plataformas devem criar meios para garantir a

⁴⁴ European Commission, Op.Cit., 2018.

⁴⁵ European Commission, Op.Cit. .

⁴⁶ Ibidem.

divulgação de informações verídicas na sua rede, v) a necessidade de trabalho conjunto entre imprensa, verificador de fatos, plataformas e sociedade civil para construção de tecnologia que possa identificar e impedir a desinformação, vi) a necessidade de investir em educação digital buscando conscientizar jovens e a população adulta e vii) investimentos em pesquisas sobre desinformação.

Em estudo semelhante, o Conselho de Comunicação Social do Congresso Federal apresentou parecer sobre as regulações de *fake news* em 2018. É óbvio que existem diferenças entre o cenário de desinformação em 2018 e no presente momento. Mas não deixa de ser relevante apreciar as diretrizes feita pelo órgão que assessora o Legislativo Federal.

O Conselho foi provocado a se manifestar pela Frente Parlamentar pela Liberdade de Expressão e o Direito à Comunicação com Participação Popular em documento que ressaltava a necessidade de combate às *fake news*, mas resguardado a liberdade de expressão e a privacidade dos brasileiros⁴⁷.

O documento foi construído com base em cinco premissas interessantes. As **notícias falsas devem ser rebatidas com mais direito à informação** fomentando a comunicação livre e centrando medidas em como diversificar o acesso e não como criminalizar o relatório. É preciso considerar a legislação brasileira que está em vigor. As plataformas devem investir na transparência evitando/diminuindo a formação de bolhas nas redes e apresentando diretrizes claras sobre o conteúdo pago buscando desmonetizar os disseminadores de desordem informacional. O desenvolvimento de políticas de educação para a mídia buscando formar cidadãos digitais. Por fim, o documento expõe a necessidade de uma Lei Geral de Proteção de Dados, que foi aprovada naquele mesmo ano e entrou em vigor dois anos depois.

Assim, englobando as pesquisas, temos três tipos de medidas para além da regulação, quais sejam, medidas tecnológicas, medidas econômicas e medidas educacionais. Do ponto de vista tecnológico, as plataformas podem adotar medidas para impedir anúncios com conteúdos enganosos e notícias falsas e a transmissão de dinheiro para canais que fomentem a disseminação

⁴⁷ BRASIL. Conselho de Comunicação Social do Congresso Nacional. Parecer. Disponível em: <https://legis.senado.leg.br/sdleg-getter/documento?dm=7740092&ts=1593906687173&disposition=inline>.

de desinformação⁴⁸. Inclusive, já existem formas de detecção de desinformação na internet em mídias sociais por meio da mineração de dados com extração de características das mensagens⁴⁹.

O aspecto econômico relacionado as *fake news* é um dos pontos centrais do problema. Retirar o dinheiro das *fake news* pode ser uma forma de combate que vai reduzir drasticamente a disseminação, uma vez que a falta de anúncios e dos recursos financeiros aos disseminadores impedirá a continuidade da atividade⁵⁰. Interessante também pontuar que deve ser estudado o impacto do zero rating na disseminação das fake news⁵¹.

A perspectiva educacional é importante e necessária, pois permite uma formação educacional de qualidade que propicia visão crítica para conseguir sair da bolha e o cuidado necessário com a checagem dos fatos que podem chegar via redes sociais⁵². A ideia deve ser fomentar a educação digital desde a infância ensinando para a população “o conjunto de habilidades necessárias para acessar, analisar, criar e participar de maneira crítica do ambiente informacional e midiático em todos os seus formatos⁵³.”

Por fim, diga-se que Claire Wardle e Hossein Derakhshan apresentam considerações interessantes para o combate a desinformação. Para as empresas de tecnologia, entre outras coisas, eles recomendam a **criação de um conselho consultivo, a existência de critérios transparentes no ranqueamento de conteúdo nas plataformas e a eliminação de incentivos financeiros**⁵⁴. Para os governos nacionais, os autores sugerem, entre outros, a criação de comissões nacionais para mapear a desordem de informação, regular as redes sociais, e cumprir níveis mínimos de informações públicas nas plataformas. Para a mídia, os autores sugerem a colaboração, elaboração de fortes padrões éticos, não divulgar conteúdos falsos, entre outros.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

⁴⁸ WARDLE,DERAKHSHAN, Op.Cit.

⁴⁹ CASTRO, Op. Cit.

⁵⁰ CARVALHO, [Op. Cit](#),

⁵¹ COSTA, [Op. Cit](#).

⁵² WARDLE, DERAKHSHAN, Op.Cit.

⁵³ BLANCO, Patricia. Computação e desinformação: tecnologias de detecção de desinformação online. In: **Fake News: a conexão entre a desinformação e o direito**. Diogo Rais (coord.). 2ª ed. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2020.

⁵⁴ WARDLE, DERAKHSHAN, Op. Cit.



ALVES, Marco Antônio Sousa; MACIEL, Emanuella R. Halfeld. O fenômeno das fake news: definição, combate e contexto. In: **Revista Internet&Sociedade**, n.1, v.1, fev/2020, pp.144-171. Disponível em: <https://revista.internetlab.org.br/o-fenomeno-das-fake-news-definicao-combate-e-contexto/>.

ARTIGO 19. Relatório Global de Expressão 2019/2020: Sumário Executivo. Disponível em: https://artigo19.org/wp-content/blogs.dir/24/files/2020/10/SumarioExecutivoGxR_PT.pdf.

BRASIL. Conselho de Comunicação Social do Congresso Nacional. Parecer. Disponível em: <https://legis.senado.leg.br/sdleg-getter/documento?dm=7740092&ts=1593906687173&disposition=inline>.

BRASIL. Lei 13834/2019. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2019/lei/L13834.htm.

CÂMARA DOS DEPUTADOS. PL 2630/2020. Disponível em: https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/prop_mostrarintegra?codteor=1909983&filename=PL+2630/2020

CARVALHO, Lucas Borges de. A democracia frustrada: fake news, política e liberdade de expressão nas redes sociais. In: **Revista Internet&Sociedade**, n.1, v.1, fev/2020, pp.172-199. Disponível em: <https://revista.internetlab.org.br/a-democracia-frustrada-fake-news-politica-e-liberdade-de-expressao-nas-redes-sociais/>.

CASTRO, Leandro Nunes de. Computação e desinformação: tecnologias de detecção de desinformação online. In: **Fake News: a conexão entre a desinformação e o direito**. Diogo Rais (coord.). 2ª ed. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2020

CEPI FGV. **Eleições, fake news e os tribunais** [recurso eletrônico]: desinformação online nas eleições de 2018: sumário de resultados 30.09.2020. Rodrigo Moura Karolczak [et al.]. São Paulo: CEPI FGV Direito SP, 2020. Disponível em: https://www.academia.edu/44383433/Elei%C3%A7%C3%B5es_Fake_News_e_os_Tribunais_desinforma%C3%A7%C3%A3o_online_nas_elei%C3%A7%C3%B5es_brasileiras_de_2018_Sum%C3%A1rio_de_resultados.

_____. **Nota Técnica: Lei Brasileira de Liberdade, Responsabilidade e Transparência na Internet** (PL nº 2927/2020 e PL nº 2630/2020). Alexandre Pacheco da Silva [et al.]. São Paulo: CEPI FGV Direito SP, 2020. Disponível em: https://direitosp.fgv.br/sites/direitosp.fgv.br/files/arquivos/nota_tecnica_-_pl_desinformacao.pdf.

COSTA, Rodrigo Vieira; MACEDO, Johnata C. de Macedo. A (in) constitucionalidade dos projetos de lei apresentados na Câmara dos Deputados do Brasil sobre fake news. In: **Revista Internet&Sociedade**, n.1, v.1, fev/2020, pp.102-125. Disponível em: <https://revista.internetlab.org.br/lei-apresentados-na-camara-dos-deputados-do-brasil-sobre-fake-news/>.

EUROPEAN COMMISSION. **A multi-dimensional approach to disinformation: report of the independent High level Group on fake news and online disinformation**, 2018. Disponível em <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/final-report-high-level-expert-group-fake-news-and-online-disinformation>

GROSS, Clarissa Piterman. Fake news e democracia: discutindo o status normativo do falso e a liberdade de expressão. In: **Fake News: a conexão entre a desinformação e o direito**. Diogo Rais (coord.). 2ª ed. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2020

HARARI, Yuval Noah. **Sapiens: Uma breve história da humanidade**. Tradução: Janaína Marcoantonio. 26 ed. Porto Alegre, RS: L&PM, 2017.

LAW LIBRARY OF CONGRESS. **Initiatives to Counter Fake News in Selected Countries**. 2019. Disponível em: <https://www.loc.gov/law/help/fake-news/counter-fake-news.pdf>

MELLO, Patrícia Campos. Empresários bancam campanha contra o PT pelo WhatsApp. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/10/empresarios-bancam-campanha-contra-o-pt-pelo-whatsapp.shtml>.

NOHARA, Irene Patrícia. Desafios da ciberdemocracia diante do fenômeno das fake news: regulação estatal em face dos perigos da desinformação. In: **Fake News: a conexão entre a desinformação e o direito**. Diogo Rais (coord.). 2ª ed. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2020.

PARISER, Eli. **Cuidado com as “bolhas de filtro” online**. TED Talk, TED 2011, março de 2011. Disponível em: https://www.ted.com/talks/eli_pariser_beware_online_filter_bubbles?language=pt#t-261802.

PRIVACIDADE HACKEADA. Direção de Karim Amer e Jehane Noujaim. Produção de Karim Amer, Jehane Noujaim, Pedro Kos, Judy Korin e Geralyn Dreyfous. **Netflix**, 2019.

RUNCIMAN, David. **Como a democracia chega ao fim**. Tradução Sérgio Flaksman. São Paulo: Todavia, 2018.

WARDLE, Claire; DERAKHSHAN, Hossein. **Information Disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making**. Council of Europe, 2017; Disponível em: <https://rm.coe.int/information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research/168076277c>.

ZANINI, Fábio. Fake News: como a direita e a esquerda exploram o termo de forma ideológica. In: **Fake News: a conexão entre a desinformação e o direito**. Diogo Rais (coord.). 2ª ed. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2020.