

ELAINE AFRA

FAKE NEWS

Incursões à liberdade de expressão na propaganda eleitoral e sua influência no resultado do pleito



DIALÉTICA
EDITORA

Todos os direitos reservados. Nenhuma parte desta edição pode ser utilizada ou reproduzida – em qualquer meio ou forma, seja mecânica ou eletrônica, fotocópia, gravação etc. – sem a aprovação ou estocada em sistema de banco de dados, sem a expressa autorização da editora.

Copyright © 2024 by Editora Dialética Ltda.
Copyright © 2024 by Elaine Celina Afra da Silva Santos.



DIALÉTICA
EDITORA



/editoradialetica



@editoradialetica

www.editoradialetica.com

EQUIPE EDITORIAL

Editores

Profa. Dra. Milena de Cássia de Rocha
Prof. Dr. Rafael Alem Mello Ferreira
Prof. Dr. Tiago Aroeira
Prof. Dr. Vitor Amaral Medrado

Coordenadora Editorial

Kariny Martins

Produtora Editorial

Yasmim Amador

Controle de Qualidade

Maria Laura Rosa

Capa

Helena Dias

Diagramação

Leonardo Bloise

Preparação de Texto

José Rômulo

Revisão

Númeno

Auxiliar de Bibliotecária

Laís Silva Cordeiro

Assistentes Editoriais

Ludmila Azevedo Pena
Thaynara Rezende

Estagiários

Giovana Teixeira Pereira
Maria Cristiny Ruiz



Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

S237f Santos, Elaine Celina Afra da Silva.

Fake News : incursões à liberdade de expressão na propaganda eleitoral e sua influência no resultado do pleito / Elaine Celina Afra da Silva Santos. – São Paulo : Editora Dialética, 2024.
132 p.

Bibliografia.
ISBN 978-65-270-3820-7

1. Fake News. 2. Liberdade de expressão. 3. Propaganda eleitoral.
I. Título.

CDD-342.810

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1 | 13

1.1 A LIBERDADE DE EXPRESSÃO NA ERA DA INFORMAÇÃO | 13

- 1.1.1 Ampliação do princípio da liberdade de expressão pós-constituição de 1988 | 15
- 1.1.2 Limites à liberdade de expressão: limites constitucionais x limites éticos | 18
- 1.1.3 Liberdade de expressão no Direito Eleitoral: Liberdade de expressão política | 22

1.2 O ADVENTO DA INTERNET E RELEITURA DA LIBERDADE DE EXPRESSÃO | 28

- 1.2.1 Internet, redes sociais e retórica para auditório | 30
- 1.2.2 A argumentação como ferramenta de convencimento e porta de entrada das Fake News | 34
- 1.2.3 Do discurso utilizado para influenciar a intenção de voto do eleitor. Duplo efeito retórico | 42
- 1.2.4 As redes sociais como instrumento de divulgação de ideologias | 49

CAPÍTULO 2 | 53

2.1 O ADVENTO DAS FAKE NEWS | 53

- 2.1.1 Origem - Conceito | 54
- 2.1.2 Espécies - Informação falsa e Informação manipulada | 63
- 2.1.3 A propaganda eleitoral como instrumento de persuasão social, campo fértil para fake news | 70

2.2 FAKE NEWS E PROPAGANDA ELEITORAL | 75

- 2.2.1 Propaganda eleitoral na internet: fake news e seus aspectos legislativos | 77
- 2.2.2 Tensão entre fake news e Liberdade de Expressão no Direito de Crítica e na propaganda eleitoral negativa | 82
- 2.2.3 Fake news e repercussão nas eleições majoritárias de 2018 | 87

CAPÍTULO 3 | 95

- 3.1 FAKE NEWS: REPERCUSSÃO E INFLUÊNCIA NO RESULTADO DO PLEITO | 95
- 3.2 POSSIBILIDADE – DADOS CONCRETOS SOBRE A EXISTÊNCIA DO FENÔMENO | 96
- 3.3 POSICIONAMENTO DA JUSTIÇA BRASILEIRA E OS MECANISMOS DE COMBATE | 102
- 3.4 LIÇÕES PARA AS PRÓXIMAS ELEIÇÕES | 107

REFERÊNCIAS | 113

ANEXO A - LEI 12965-2014 MARCO CIVIL DA INTERNET | 117