

A LIBERDADE DE EXPRESSÃO E A DISSEMINAÇÃO DE NOTÍCIAS PREORDENADAS À TURBAÇÃO DOS PLEITOS ELEITORAIS

FREEDOM OF SPEECH AND THE DISSEMINATION OF NEWS PREORDERED TO
THE TURBANCE OF ELECTORAL PLEAS

Georghio Alessandro Tomelin¹
Kahio Fernando Garcia Alves²
Marcelo Andrade³

Artigo recebido em 20/10/2023 e aprovado em 4/4/2024.

RESUMO

O fenômeno das notícias adrede falsificadas (*fake news*) durante o processo eleitoral brasileiro deve ser analisado a partir dos direitos fundamentais conexos à liberdade de expressão. A disseminação de notícias falsas durante o processo eleitoral pode distorcer o resultado de um pleito eleitoral e afetar a formação livre da vontade popular. Importa estudar de que maneira o direito eleitoral poderia coibir a disseminação de notícias falsas, mais especificamente via internet, no âmbito das redes sociais, sem prejudicar a liberdade de expressão. Destacou-se como o fenômeno das *fake news* afeta diretamente uma eleição, esclarecendo seu conceito e tentando demonstrar o alcance que tal fenômeno possui diante da tecnologia. Nesse sentido, demonstrou-se como os eleitores passam a disseminar essas notícias falsas e sua penetração nos discursos democráticos eleitorais.

Palavras-chave: *Fake News*, eleições, liberdade de expressão, direito eleitoral.

ABSTRACT

The phenomenon of fake news during the Brazilian electoral process must be analyzed from the perspective of the fundamental rights related to freedom of speech. The dissemination of fake news during the electoral process can distort

1 Doutor em Direito do Estado pela USP e em Filosofia pela PUCSP, advogado em Direito Público.

2 Mestre em Direito pela ITE-Bauru, assessor jurídico na Procuradoria-geral da República.

3 Mestre em Direito das Relações Sociais pela PUC-SP e advogado eleitoralista.

the outcome of an election and affect the free formation of the popular will. It is important to study how electoral law could curb the dissemination of fake news, more specifically via the internet, in the context of social networks, without harming freedom of speech. We intend to highlight how the fake news phenomenon directly affects an election, clarifying its concept and trying to demonstrate the scope that such a phenomenon has in relation to technology. In this sense, we demonstrated how voters start to disseminate this fake news and its penetration in electoral democratic discourses.

Keywords: fake news, elections, freedom of speech, electoral law.

Sumário

1 Introdução; 2 Liberdade de expressão; 2.1 A importância da liberdade de expressão no âmbito das eleições; 3 Propaganda eleitoral na internet, legislação e *fake news*; 3.1 Propaganda eleitoral; 3.2 Propaganda eleitoral na internet; 3.3 Disseminação de *fake news* e as eleições; 3.3.1 Principais características das *fake news*; 3.4 Direito Eleitoral e as *fake news*; 3.4.1 Possíveis impactos causados pelas *fake news* nas eleições; 3.4.2 Aplicação das normas eleitorais para combater a disseminação de *fake news* no processo eleitoral; 4 Considerações finais.

1 INTRODUÇÃO

A liberdade de expressão é preceito basilar para a manutenção do Estado Democrático de Direito. O constituinte de 1988 inseriu tal liberdade como direito fundamental no art. 5º, inc. IX, da Constituição, como contraponto à censura vivida nas décadas anteriores. A manifestação do pensamento está protegida até mesmo para além do rol inicial dos direitos fundamentais, quando o art. 220 veda menoscabos de qualquer natureza.

O princípio democrático só é efetivo se garantir a possibilidade real de discussões acerca dos problemas político-sociais de uma sociedade. Precisam ainda estar protegidos os direitos à informação e à livre manifestação do pensamento, vedando-se a censura sobre as discussões políticas. Estamos imersos nas relações que permitem aos eleitores exercerem de forma plena e informada os seus direitos políticos.

Entre os vários direitos políticos focaremos aqui no livre exercício do direito de votar e de ser votado durante o processo eleitoral. *Votar*, lendo a propaganda eleitoral na função de informar os eleitores, para que estes exerçam sua es-

colha de maneira conscientemente informada. Ser *votado*, cuidando da higidez da propaganda eleitoral, como meio legal para angariar votos e ocupar cargos políticos.

Nessa seara, a liberdade de expressão, tanto dos eleitores, como dos candidatos, deve ser garantida para que durante o processo eleitoral o debate sobre o futuro do país ocorra de modo realmente efetivo. O voto é a expressão de uma escolha em que o eleitor delega a outro, temporariamente, a sua representação nas decisões mais importantes que impactarão nas vidas de todos.

O Estado Democrático de Direito tem como premissa a escolha de seus representantes de forma livre e igualitária. Para tanto, o processo eleitoral deve ser igualmente livre e transparente. Assim, a liberdade de expressão na propaganda eleitoral, em face do largo alcance da internet, pode acabar diminuída em razão da disseminação de notícias falsas, e logo prejudicar a meta original do processo eleitoral. Uma correta leitura da Constituição jamais poderia prestigiar comportamentos contraditórios que venham para destruir valores constitucionais.

Por meio de pesquisa bibliográfica buscaremos investigar se no Direito Eleitoral Constitucional brasileiro existem mecanismos e princípios para bloquear a disseminação de notícias falsas (*fake news*) durante uma campanha eleitoral. Somente a interpretação atualizada da legislação eleitoral pode garantir a lisura do processo eleitoral.

2 A LIBERDADE DE EXPRESSÃO

Muitos são os documentos legais que consagram a liberdade de expressão na esfera internacional como direito humano. A Declaração Universal dos Direitos do Homem de 1948 foi a primeira a fazer menção à liberdade de expressão no século XX. Segundo seu art. 19: “todo homem tem direito de opinião e expressão”. Além da importância histórica desse documento, seu texto integra o bloco de constitucionalidade francês até os dias atuais (Favoreu, 1990).

Podem-se citar ainda outros dois documentos relevantes para a consagração do direito fundamental à liberdade de expressão. No sistema universal de proteção dos direitos humanos temos o Pacto Internacional dos Direitos Civis e Políticos, de 1966, que dispõe no art. 18-1 que “toda pessoa terá direito à liberdade de pensamento, de consciência e de religião” e ainda, no art. 19-2, que “toda pessoa terá direito à liberdade de expressão”. E, em nosso sistema regional, lembremos o Pacto de São José da Costa Rica, de 1969, que versou sobre a matéria em seu art. 13: “toda pessoa tem direito à liberdade de pensamento e de expressão”.

No Brasil, a liberdade de expressão vem positivada desde a Constituição do Império, de 1824, que estabeleceu essa proteção em seu artigo 179, inciso IV. Posteriormente, essa garantia veio reafirmada nas constituições subsequentes, como na Constituição Republicana de 1891, no artigo 72, §12; na Constituição de 1934, no artigo 113, item 9; na Constituição de 1937, esse direito também veio semanticamente previsto no artigo 122, item 15, mas seu exercício sofria uma série de limitações. Com a promulgação da Constituição de 1946, o exercício desse direito voltou a ser livre e previsto no artigo 141 §5º. O direito foi reafirmado na Constituição de 1967, em seu artigo 150, §8º, e as alterações promovidas pela Emenda Constitucional nº 01/69, mantiveram a previsão da liberdade de expressão no artigo 153, §8º. No entanto, após essa emenda, apesar de nominalmente previsto o direito fundamental de se expressar, o país viveu sob uma ditadura militar que impôs restrições ao exercício da liberdade de expressão.

A liberdade de expressão é um pilar estrutural dos direitos fundamentais previstos em nossa Carta Magna. Esses direitos, assim positivados em norma constitucional, são passíveis de serem exigidos e exercitados pelos membros do Estado.

A Constituição Federal Brasileira de 1988 assegura, no art. 5º, inciso IV, a liberdade de manifestação de pensamento, sendo esta considerada por Sarlet, Marinoni e Mitidiero (2013, p. 452) uma espécie de cláusula geral, que em conjunto com outros dispositivos, asseguram a liberdade de expressão como um todo. No inciso IX do mesmo artigo, fica então assegurado que é “livre a expressão da atividade intelectual, artística, científica e de comunicação, independentemente de censura ou licença”.

Dessa forma, segundo Sarlet (2017), a liberdade de expressão aloca-se como termo genérico que abrange a liberdade de comunicação, de manifestação do pensamento, de opinião e informação, observada durante um processo eleitoral, em um Estado Democrático de Direito.

O TSE já teve a oportunidade de avaliar o elevado valor que se atribui à liberdade de expressão no cenário das eleições brasileiras ao destacar que:

1. A liberdade de expressão reclama proteção reforçada, não apenas por encerrar direito moral do indivíduo, mas também por substanciar valor fundamental e requisito de funcionamento em um Estado Democrático de Direito, motivo por que o direito de expressar-se e suas exteriorizações (informação e de imprensa) ostenta uma posição preferencial (*preferred position*) dentro do arquétipo constitucional das liberdades.

2. A proeminência da liberdade de expressão deve ser trasladada para o processo político-eleitoral, mormente porque os cidadãos devem ser informados da variedade e da riqueza de assuntos respeitantes a eventuais candidatos bem como das ações parlamentares praticadas pelos detentores de mandato eletivo (FUX, Luiz; FRAZÃO, Carlos Eduardo. *Novos Paradigmas do Direito Eleitoral*. Belo Horizonte: Fórum, 2016).

3. A exteriorização de opiniões, por meio da imprensa de radiodifusão sonora, de sons e imagens, sejam elas favoráveis ou desfavoráveis, faz parte do processo democrático, não podendo, bem por isso, ser afastada, sob pena de amesquinhá-lo e, no limite, comprometer a liberdade de expressão, legitimada e legitimadora do ideário de democracia (Agravamento Regimental em Recurso Especial Eleitoral nº16996, Acórdão, Min. Luiz Fux, Publicação: DJE - Diário de Justiça Eletrônico, 08/03/2018).

Na contextualização da ordem jurídica brasileira, a liberdade de expressão só poderá ser limitada, ou até mesmo impedida, em casos de exceção, jamais como restrição-geral, leitura esta que em uníssono proveem a jurisprudência do STF e a doutrina mais autorizada. Para Sarlet, Marinoni e Mitidiero (2013, p. 470):

[...] a doutrina e jurisprudência, notadamente o STF, embora adotem a tese da posição preferencial da liberdade de expressão, admitem não se tratar de direito constitucional infenso a limites e restrições, desde que eventual restrição tenha caráter excepcional, seja promovida por lei e/ou decisão judicial e tenha por fundamento a salvaguarda da dignidade da pessoa humana e de direito e bens jurídicos-constitucionais individuais e coletivos fundamentais, observados os critérios da proporcionalidade e da preservação do núcleo essencial dos direitos em conflito.

Essa menção em relação à liberdade de expressão pode ser observada também no âmbito do art. 19 da Lei n. 12.965/2014, notoriamente conhecida como Marco Civil da Internet, que delimita a responsabilidade na rede mundial de computadores, e dispõe que, somente com ordem judicial específica, poderá haver o cerceamento da liberdade de expressão (Brasil, 2014).

Embora no ordenamento jurídico brasileiro prevaleça o direito à liberdade de expressão, Sarlet (2012) entende que esse direito fundamental não é absoluto. Havendo conflitos entre direitos fundamentais, faz-se necessário ponderar entre os direitos e não suprimir um em detrimento do outro sem avaliações.

O direito fundamental de liberdade possui limites. Veda-se, por exemplo, o anonimato na manifestação de pensamento. Anônimos são aqueles que se ocultam, não podendo ser facilmente identificados. Justamente por isso a Constituição Federal veda que na manifestação de pensamento haja o anonimato. Tal situação tem o sentido de defesa do Estado Democrático de Direito e da própria liberdade de expressão. A vedação ao anonimato está ligada à liberdade de expressão na sua forma de manifestação do pensamento, e assim está lançada na parte final do inciso IV, do art. 5º da Constituição Federal de 1988 (Brasil, 1988). E, como nos ensina Gomes (2018, p. 89), serve para “viabilizar a responsabilização do autor do ilícito”. A Constituição busca extirpar o uso do anonimato na disseminação de inverdades e de desinformação.

O direito fundamental à liberdade de expressão, juntamente com a vedação ao anonimato, no âmbito eleitoral, é positivado no art. 57-D da Lei 9.504/1997 (Lei das Eleições) (Brasil, 1997), com especial ênfase à propaganda, à manifestação do pensamento e à opinião via rede mundial de computadores⁴.

Porém, esse mesmo diploma (Lei 9.504/1997 - Lei das Eleições) excepciona essa liberdade, não permitindo seu exercício quando a finalidade é a de ofender a honra ou divulgar fatos inverídicos, de candidatos ou terceiros. A lei também prevê, além do direito de resposta, a criminalização da conduta daquele que contratar, direta ou indiretamente, grupo de pessoas com a finalidade específica de emitir mensagens ou comentários ofensivos a candidato, partido ou coligação, conforme artigo 57-H, §1º.

Tal menção na legislação eleitoral ocorre para proteger a manifestação do pensamento, como direito fundamental da liberdade de expressão, mas com responsabilidade. O texto normativo visa manter a lisura das eleições, para um processo eleitoral legítimo e distante de irregularidades nas propagandas. O programa da norma se preordena ainda à identificação dos que pretendam agir para prejudicar o processo eleitoral.

2.1 A IMPORTÂNCIA DA LIBERDADE DE EXPRESSÃO NO ÂMBITO DAS ELEIÇÕES

Para o direito eleitoral, a liberdade de expressão é de suma importância, em especial durante as campanhas eleitorais e as eleições como um todo. Tal direito

4 Art. 57-D. É livre a manifestação do pensamento, vedado o anonimato durante a campanha eleitoral, por meio da rede mundial de computadores - internet, assegurado o direito de resposta, nos termos das alíneas “a”, “b” e “c” do inciso IV do § 3º do art. 58 e do 58-A, e por outros meios de comunicação interpessoal mediante mensagem eletrônica.

fundamental visa conferir legitimidade à democracia instalada como fundamento do Estado Brasileiro.

Assim, leciona José Jairo Gomes (2018, p. 8 9) sobre liberdade de expressão:

A livre circulação de ideias, pensamentos, valorações, opiniões e críticas promovida pela liberdade de expressão e comunicação é essencial para a configuração de um espaço público de debate, e, portanto, para a democracia e o Estado Democrático. Sem isso, a verdade sobre os candidatos e partidos políticos pode não vir à luz, prejudicam-se o diálogo e a discussão públicos, refreiam-se as críticas e os pensamentos divergentes, tolhem-se as manifestações de inconformismo e insatisfação, apagam-se, enfim, as vozes dos grupos minoritários e dissonantes do pensamento majoritário.

É durante as eleições que os cidadãos podem expressar suas opiniões a respeito dos próximos governantes do país. E, assim, pelo processo eleitoral o cidadão vota naquele que mais se assemelha com as suas ideologias ou aquele candidato que mais se aproxima de sua visão de mundo para a melhoria da vida em sociedade, ou simplesmente adere a um determinado candidato por questão de foro íntimo. Na condição de ato originário de formação do poder, a cabine de votação indevassável garante, no sistema brasileiro, a extração asséptica da vontade popular. Tachar candidatos com mentiras e inverdades altera o cardápio de potenciais eleitos, antes de que tenham chance de exercer seu direito de resposta. O jurista Alexandre de Moraes (2024, p. 287) conclui sua tese para Professor Titular do Largo São Francisco, intitulada “O direito eleitoral e o novo populismo digital extremista: liberdade de escolha do eleitor e a promoção da Democracia”, no sentido de que:

O Direito Eleitoral é um instrumento constitucional para o exercício seguro e transparente das escolhas democráticas realizadas pelas eleitoras e eleitores, em respeito à soberana vontade popular, valor estruturante essencial e imprescindível na construção e fortalecimento de uma Democracia estável, justa, igualitária e solidária.

Nesse contexto é que figura a importância da liberdade de expressão, pensando nesse direito como um conjunto de liberdades de comunicação. Para que uma eleição ocorra de forma transparente, a liberdade de expressão se mostra peça-chave para que as informações e opiniões de todos possam circular livremente, sem qualquer tipo de censura.

Desse modo, um eleitorado bem-informado e com liberdade para discutir, opinar, receber toda e qualquer informação, seja ela positiva ou negativa, du-

rante um processo eleitoral, transforma-se em um eleitorado instruído e que poderá escolher seus governantes com discernimento e consciência. Não se cogita de qualquer censura como meio de impedir que aspectos negativos de alguém sejam exibidos, na mesma medida em que não deve ser permitido que inverdades sejam adrede espalhadas como meio de excluir algum candidato do horizonte de debates. Os aspectos positivos e negativos precisam vir à luz do sol da ágora política, coibindo-se as *fake news* quando se direcionam a sepultar determinadas pessoas, para que sequer tenham espaço no foro político.

3 PROPAGANDA ELEITORAL NA INTERNET, LEGISLAÇÃO E FAKE NEWS

As propagandas, nas campanhas eleitorais, são a disseminação de percepções e visões ideológicas políticas de candidatos, partidos políticos e coligações, com o objetivo de conquistarem votos suficientes que os coloquem nos cargos políticos pleiteados (Gomes, 2018, p. 531).

No âmbito do direito eleitoral existem três tipos de propaganda: eleitoral, partidária e intrapartidária. Todas são espécies do gênero propaganda política, conforme demonstra Machado (2018, p. 284):

Para o Direito Eleitoral, que normatiza o processo eleitoral, interessa, porém, disciplinar a propaganda intrapartidária, a partidária e a eleitoral. A institucional é precipuamente objeto de estudo do Direito Administrativo e aparece como realidade de interesse do Direito Eleitoral quando, de forma subliminar ou indireta, candidatos utilizam-na para fazer propaganda partidária ou eleitoral, aproveitando-se da máquina administrativa para promoção pessoal, o que é expressamente vedado pelo art. 37, § 1º, da CF/1988 [...].

A propaganda, como termo genérico, possui a finalidade de disseminar ideias para influenciar pessoas, e assim conquistá-las. Dessa forma, a propaganda partidária é aquela em função de divulgar os programas e ideologias do partido político. Já a propaganda intrapartidária, é realizada por aquele que pretende se candidatar a algum cargo político, perante os filiados do seu partido. Essa modalidade se relaciona a uma pré-candidatura e pode ocorrer nos quinze dias que antecedem a convenção partidária de escolha de candidatos, na forma do art. 36, § 1º, da Lei nº 9.504/97 (vedado o uso de *outdoors*, rádio e TV). E, por último, temos a propaganda eleitoral, que se desenvolve na comunicação dos candidatos com a população em geral para angariar votos e vencer a eleição. Este será o foco deste trabalho, pois a questão das *fake news* se desenvolve em grande parte nesse âmbito da propaganda eleitoral.

3.1 PROPAGANDA ELEITORAL

A primeira propaganda política no Brasil talvez tenha sido o *Manifesto Republicano*, publicado no Jornal *A República*, em 3 de dezembro de 1870, no Rio de Janeiro, pelo jornalista Quintino Bocaiúva (Costa, 2009). Esse manifesto re-marcava o descontentamento com o Imperador D. Pedro II, dando importante incentivo para que a sociedade brasileira apoiasse o fim da monarquia.

Os jornais, no início da propaganda eleitoral brasileira, foram o meio de comunicação mais explorado. Depois, na década de 1920, começaram a surgir os debates, entrevistas e *jingles* nas rádios. Mais à frente, Jânio Quadros estreou as campanhas eleitorais pagas pela televisão (Costa, 2009, s/n), sendo construída desde então uma detalhada disciplina normativa sobre a forma de se realizar propaganda eleitoral no Brasil, sempre a pretexto de resguardar a isonomia e a lisura nas eleições.

Porém, com a disseminação do uso pela população brasileira da internet como meio de informação, passamos a ter o que Rais *et al* (2018, p. 43) denominam de “nova dimensão” da comunicação em relação ao controle da propaganda eleitoral pela Justiça Eleitoral.

Assim, atualmente, a propaganda eleitoral se destina a uma eleição específica e procura, mediante a exposição de ideias, projetos e propagação do candidato, conquistar votos para este conseguir se eleger ao pleito desejado.

É por intermédio dela que os eleitores podem formar seu juízo a respeito dos postulantes a mandatos eletivos, e conseguir, por meio de informações, escolher aquele que, segundo seu juízo, é o melhor candidato. Política é acúmulo de forças e não a arte do bem-querer. No entanto, a escolha individual pode ser apoiada em preferências e afinidades pessoais. A liberdade do eleitor para gostar ou não, no entanto, não legitima qualquer prática de difamação ou calúnia contra adversários.

Dessa forma, a disseminação de ideias e informações a respeito da vida pública dos candidatos em uma eleição se dá pela utilização de diversos meios de comunicação, como televisão e rádio. Porém, é na internet que ocorre a maior capilarização das opiniões e a liberdade de manifestação do pensamento, principalmente por meio das redes sociais.

3.2 PROPAGANDA ELEITORAL NA INTERNET

A internet se associou à vida cotidiana da sociedade de modo a tornar-se algo quase indispensável no dia a dia. E, por conseguinte, tornou-se importante também ao processo eleitoral. Atualmente, em uma campanha eleitoral, é prioritariamente pela internet que os candidatos, partidos e coligações divulgam a propaganda eleitoral. Sendo esse também o lugar em que grande parte dos eleitores brasileiros se manifestam.

Uma pesquisa do IBOPE, conforme relatam Rais *et al* (2018, p. 19):

[...] aponta a relevância crescente da Internet como fonte de informação em período eleitoral. Segundo o IBOPE, as mídias sociais têm algum grau de influência para mais da metade dos eleitores brasileiros (56%) na escolha de seus candidatos. E, para nada menos que 34% dos eleitores, os meios digitais têm muita influência. Esta pesquisa deixa claro o protagonismo dos meios digitais como fonte de informação para tomada de decisão de voto.

Diante disso, percebe-se que a internet é o principal meio de comunicação utilizado pelos candidatos e pelos eleitores durante uma eleição. Apesar da sua inequívoca importância, nota-se que ainda há tímida regulamentação eleitoral quanto ao conteúdo propriamente dito, especialmente nas redes sociais. Por meio delas, os candidatos se expõem e têm a possibilidade de interagir com seus respectivos eleitores. Muito diferente do que é uma campanha eleitoral em mídias tradicionais como a televisão e o rádio, em que não há, ao menos de maneira tão livre, esse tipo de interação.

A propaganda eleitoral na internet no Brasil enfrenta o desafio de não possuir uma delimitação legal, um conceito claro e objetivo que a identifique para o direito eleitoral, como revelam Rais *et al* (2018, p. 48):

A ausência de um conceito preciso do que deve ser considerada propaganda eleitoral na Internet acarreta diversas dificuldades no processo eleitoral e gera grande insegurança jurídica. Nas últimas eleições, não foram poucos os casos em que a Justiça Eleitoral acabou aplicando as regras de propaganda eleitoral de forma extremamente ampla e indistinta. Todo o tipo de manifestação, mensagem ou conteúdo disponível na Internet que fosse direta ou indiretamente relacionado às eleições ou aos candidatos ficava sujeito à disciplina da propaganda eleitoral.

Assim, como a Lei n. 9.504/1997 não regula de forma completa a propaganda eleitoral na internet (existindo basicamente as regras do art. 57-A até 57-J da Lei n. 9.504/97), o Tribunal Superior Eleitoral trata da questão na Resolução de n. 23.610/2019 (Brasil, 2019) e na Resolução nº 23.714, de 20.10.2022 (Brasil, 2022), produzidas com a preocupação de combater a desinformação a partir da experiência da renhida disputa presidencial daquele ano.

A influência cada vez maior da internet no processo eleitoral leva a Justiça Eleitoral a enfrentar questões relacionadas à sua interferência. São diversas as representações na Justiça Eleitoral que versam sobre propaganda eleitoral na internet, especialmente nas redes sociais, as quais ainda carecem de um regramento específico do direito eleitoral sobre sua utilização durante as campanhas. Atualmente, o que existe na legislação eleitoral são dispositivos que versam sobre as regras da propaganda eleitoral na internet de forma generalizada.

Rais *et al* (2018, p. 44) abordam essa preocupação quanto ao controle da propaganda eleitoral na internet de forma bem didática: “A aproximação de qualquer pessoa a essas ferramentas potentes de comunicação parece abalar a lógica de controle da propaganda eleitoral, ao menos com o rigor com o qual vinha sendo tratado”.

Como dito alhures, a Lei Federal n. 9.504/97 tem seção específica para tratar da propaganda eleitoral na internet. Na data da redação deste artigo, conta com dez artigos regulando a propaganda eleitoral na internet (artigos 57-A ao 57-J), porém sua estrutura está baseada na vedação da participação das pessoas jurídicas (exceto partidos políticos) e na interdição de investimentos financeiros, proibindo a propaganda paga na internet, com exceção da publicidade paga por candidatos e partidos e que cumpram as exigências do art. 57-C da Lei nº 9.504/97 e do art. 29, §3º a §10 da Res. TSE n. 23.610/2019 e que não tragam críticas ou propaganda negativa frente a candidaturas adversárias⁵ (conf. artigo 57-C).

E, nessa linha da propaganda, temos a propaganda eleitoral negativa, em que os candidatos concorrentes atacam a imagem política, como pessoa pública, e, muitas vezes, até mesmo a vida pessoal de seus adversários. A ideia de desestruturar a imagem de um candidato concorrente serve para tentar reverter os votos do eleitorado a seu favor.

5 Apenas para se ilustrar, de forma sumarizada, os limites da propaganda eleitoral paga na internet, cita-se o Acórdão TSE na Rp nº 060176142, Rel. Min. Benedito Gonçalves, DJe de 04.10.2023, que em sua ementa deixa claro que “4. Nos termos da jurisprudência desta Corte e do art. 29 da Res.-TSE 23.610/2019, propaganda na internet, quando paga, somente pode ser realizada mediante impulsionamento e desde que atendidas as seguintes exigências: (a) contratação exclusiva por partidos políticos, coligações e candidatos; (b) finalidade única de promover o contratante, vedado seu uso para veicular conteúdo negativo contra adversários; (c) clara informação, ao eleitor, de que se trata dessa espécie de propaganda.”

Antes das propagandas eleitorais adentrarem na internet havia uma cena mais limitada nas normas eleitorais. O controle era mais efetivo quando só havia os meios de comunicação tradicionais como a televisão, o rádio e a imprensa escrita, vez que era possível que sobre tais meios se concentrasse a fiscalização e a atenção dos participantes da disputa eleitoral.

Porém, tudo se modificou com a entrada da internet nas relações humanas. A revolução tecnológica trouxe uma nova forma de se comunicar, não sendo diferente com o marketing eleitoral. Com a edição da Lei n. 13.488/2017 (Brasil, 2017), passou-se a admitir a propaganda eleitoral paga na internet, especificamente no modelo de impulsionamento de conteúdo (artigos 57-A ao 57-J).

O modelo de financiamento eleitoral restringiu as contribuições particulares em campanhas eleitorais, as doações por pessoas físicas e recursos do próprio candidato. Conjuntamente com o período reduzido de propaganda eleitoral e ao número cada vez maior de eleitores conectados à internet e interagindo com esse meio eleitoral, era mesmo necessária uma nova legislação que pudesse acompanhar tais avanços tecnológicos (Brasil, 2017).

E com isso, surgiu a propaganda eleitoral na internet paga, que antes era ignorada pelas normas eleitorais. A Lei n. 13.488/2017 traz a modalidade de impulsionamento de conteúdo para a propaganda eleitoral na internet, que é assim definido: “O impulso (ou impulsionamento) consiste em um tipo de anúncio que, ao destacar o conteúdo, chama mais atenção para ele” (Teixeira; Estancione, 2019, p. 165).

Ainda a respeito da Lei n. 13.488/2017, Rais *et al* (2018, p. 52) comentam: “Reconhecendo as potencialidades da internet, a Lei 13.488/2017 houve por bem legalizar a propaganda eleitoral paga nesse meio [...]” e assim, num primeiro momento, teve-se a impressão de que muitas seriam as possibilidades desse avanço na legislação.

Porém, tais múltiplas possibilidades de propaganda eleitoral paga na internet ficaram restritas apenas à questão de impulsionamento de conteúdo e *links* patrocinados.

Portanto, nota-se que a legislação sobre propaganda eleitoral na internet paga limitou-se à questão do impulsionamento de conteúdo e aos *links* patrocinados, esses últimos de alguma forma bem ligados ao modelo de impulsionamento de conteúdo, visto que são resultantes de pagamento para priorização de conteúdo nas aplicações de busca na internet.

Com relação às regras para a propaganda eleitoral paga na internet, a Resolução n. 23.610/2019 do TSE cuidou de especificar como o impulsionamento de conteúdo pago pode ocorrer. A resolução delimita o regime e fixa multas para quem as descumprir.

3.3. DISSEMINAÇÃO DE FAKE NEWS E AS ELEIÇÕES

De fato, o processo eleitoral é o ápice da democracia, pois é através dele que o povo participa e decide quem irá governá-lo e representá-lo. Esse processo exige diversos debates político-eleitorais, e nesses debates podem surgir verdades e mentiras, que através da internet rapidamente circulam e proliferam. Basta acusar alguém de algo sensacionalista e gravíssimo que a inverdade se espalha como rastilho de pólvora (mau pagador, estuprador, espancador etc.). No campo das eleições, a disseminação de mensagens inverídicas tomou uma proporção que gerou feridas no processo democrático e no direito fundamental de liberdade de expressão.

Hoje é inegável que existe uma vinculação muito grande entre a política, eleições e a internet (chamada de tecnologia). Sobretudo porque os discursos e os debates acontecem em grande parte no âmbito da internet, em especial nas redes sociais. Diversos grupos com interesses em comum são conectados nas redes sociais e esses grupos tendem a gerar discussões a respeito de suas opiniões e ideologias. E, devido a isso, temos um lugar fértil para a disseminação de *fake news*.

A expressão *fake news* tem sido utilizada em vários contextos jurídicos, políticos e midiático-eleitorais, entre eles a notícia fabricada, a reportagem jornalística incompleta, e a agressão a alguém ou até mesmo a uma ideia grupal etc. A expressão *fake news* não abrange tudo que esse fenômeno carrega consigo em sentido lato. Rais *et al* (2018, p. 69) entendem as *fake news* como algo fraudulento, que vem para prejudicar algo ou alguém, e assim lograr o voto dos eleitores como simples vantagem do dano que gerou com a divulgação da notícia falsa.

3.3.1. Principais características das fake news

As *fake news* disseminadas durante as eleições são pensadas para que possam se encaixar nas pré-compreensões de mundo que o receptor já possui, pois assim terão mais impacto, maior poder de penetração em seu meio. O ser humano tem uma tendência a acreditar em notícias ou informações que reforcem uma anterior compreensão havida por correta. Imagens são produzidas e consumi-

das com destino próprio, visando a influenciar um público determinado, requalificando a relação com um dado objeto. Temos que ter em consideração que “o importante não é supor que as imagens têm uma relação autoevidente com o seu objeto. E é importante considerar a economia particular dentro da qual as imagens são produzidas e consumidas” (Davis, 2019, p. 49).

Conforme Nohara (2018, p. 79-80):

A propensão a achar que é verdade aquilo que se crê é associada com o fenômeno da pós-verdade. Essa é a expressão que despontou a partir do momento em que, em 2016, o Dicionário Oxford a elegeu como o assunto de destaque do ano. Na pós-verdade, as pessoas creem obstinadamente em suas visões de mundo e apenas procuram aceitar aquelas informações que confirmam suas crenças, que não são postas em questionamento. Assim, perde a força de persuasão o contraste de argumentos, e as pessoas sucumbem aos boatos, sem propensão a analisar os fatos.

Na mesma linha de Nohara acima, pensamos que um tal caldo perverso de pseudoculturas é o que propicia ainda mais a disseminação de notícias falsas. Essa situação fica mais visível durante um pleito eleitoral, principalmente porque estamos diante de questões que envolvem a vida das pessoas no seu cotidiano. Portanto, quando se deparam com notícias que difamam determinado candidato que não apoiam, a tendência é que disseminem essas informações para comprovarem que estavam certos nas suas opiniões sobre o opositor.

Segundo Ferreira, Chistofolletti e Frantz (2019), as *fake news* possuem características voltadas para situações negativas, principalmente quando o assunto são as eleições. Percebe-se que a característica principal de uma *fake news*, nesses momentos, é de gerar mentiras para desabonar um candidato concorrente.

Não obstante, essa proliferação de notícias falsas no ambiente democrático do discurso político, durante uma eleição, origina impactos que ainda não foram totalmente medidos, mas que sabidamente atingem a democracia e o Estado Democrático de Direito.

No Brasil temos o Projeto Comprova⁶, que teve início com a indignação de alguns jornalistas com relação à questão da desinformação nas redes sociais. Atualmente, o projeto já conta com diversos parceiros, como instituições de ensino, veículos de comunicação, advogados e parceiros tecnológicos como o Twitter (o novo “X”), WhatsApp e muitos outros.

6 Mais informações: <https://projeto comprova.com.br/>

O objetivo principal do projeto Comprova é combater a desinformação, identificando e enfraquecendo as técnicas manipulativas que distorcem os conteúdos, além de conter a disseminação desses conteúdos enganosos que surgem na internet.

Ainda em Rais *et al* (2018) extraiu-se a informação de que Agência Aos Fatos traduziu um guia elaborado por Jack Wernese, jornalista sueco especializado em desvendar boatos constantes em redes sociais. Nesse guia ele elaborou nove passos que podem ajudar na checagem de notícias falsas.

O primeiro deles é denominado de *reconheça*: boatos na maioria das vezes possuem poucos detalhes e são de linguagem dramática. Em segundo passo ele nos alerta para observar o *viés ideológico* da publicação, pois temos a tendência de informar coisas que reforçam nossas crenças, por isso, é importante que uma pesquisa sobre as preferências ideológicas do narrador seja realizada. Como terceira medida, o jornalista aponta que é interessante que procuremos por *nomes, lugares, datas e imagens* relacionadas à notícia para realmente verificarmos se as informações estão conexas. Ele aponta como quarto passo a *leitura dos comentários* que estão na notícia ou postagem em rede social. O quinto passo é procurar pela *fonte* da notícia. No sexto passo, devemos procurar por *elementos centrais* da história. Também é interessante perguntarmos às *pessoas envolvidas na história* sempre que for possível, sendo este o sétimo passo. Os passos oitavo e nono nos remetem a *consultas* que devemos fazer com *especialistas* em boatos, através do *detalhamento* de nossa investigação sobre determinada informação exposta nas redes sociais. Percebemos então que identificar *fake news* não é tarefa fácil. Precisamos de muitos elementos que possam corroborar que aquela informação é falsa.

3.4. DIREITO ELEITORAL E AS FAKE NEWS

É na propaganda eleitoral que encontramos a maior pulverização das *fake news*, sobretudo pela internet, nas chamadas redes sociais. Nessa esfera, temos que a propagação de notícias falsas ocorre no pleito eleitoral de diversas formas.

A primeira forma de proliferação de notícias falsas ocorre com a criação de perfis anônimos que possuem como principal objetivo degradar, através de informações mentirosas, a imagem de algum candidato opositor. Como nos descreve Mendonça (2019, p. 297):

Juntamente com esses softwares, também atuam os denominados “ciborgues de mídias sociais” (*social media cyborgs*), termo utilizado

para designar pessoas que criam vários perfis falsos nas redes sociais para propagar notícias falsas. Esse “exército *fake*”, composto por robôs e humanos, tem sido utilizado para fins econômicos e, sobretudo, para influenciar debates políticos e, conseqüentemente, interferir no processo eleitoral democrático.

Outra forma é utilizar as próprias pessoas que possuem aquele mesmo pensamento para disseminar as notícias falsas, visto que as pessoas tendem a acreditar mais em notícias replicadas e que se autoconfirmam em sequências de repetição em cadeia. Esses grupos reúnem pessoas que compõem uma espécie de círculo de confiança e, justamente ali, a desinformação parece encontrar campo fértil para a proliferação.

A grande preocupação atual é com relação aos chamados “bots”, robôs que criam perfis falsos e podem disparar diversas postagens nas redes sociais, em pouquíssimos segundos, como descreve Lima (2018, p.1): “De maneira automatizada, os bots têm o poder de atingir milhares de usuários entre apenas 2 a 10 segundos”. E pior: dão a impressão para o desavisado de que a informação foi confirmada e reconfirmada por um número gigantesco de “pessoas reais”.

A Lei n. 9.504/1997 permite a propaganda eleitoral em perfis de redes sociais, conforme o que dispõe o art. 57-B:

Art. 57-B. A propaganda eleitoral na internet poderá ser realizada nas seguintes formas: [...]

IV - por meio de blogs, redes sociais, sítios de mensagens instantâneas e aplicações de internet assemelhadas cujo conteúdo seja gerado ou editado por: a) candidatos, partidos ou coligações; ou qualquer pessoa natural, desde que não contrate impulsionamento de conteúdos. (Brasil, 1997).

Dessa forma, temos um ambiente fértil para que a mentira seja pulverizada de forma rápida e com muito mais potencial de alcance. É sabido que durante as eleições ocorre esse tipo de prática entre os candidatos (falar mentiras para degradar a imagem do oponente). Porém, o problema que enfrentamos atualmente não é a questão da mentira em si, mas o seu potencial de alcance e rapidez com o uso da internet, através, principalmente, das redes sociais.

Castro (2018, s/n) destaca que, segundo pesquisa realizada por cientistas do Instituto de Tecnologia de Massachussets, as notícias falsas ligadas a temas políticos possuem um índice três vezes mais rápido de disseminação, comparadas

às notícias de assuntos diversos. O estudo mostrou também que os robôs aceleraram a pulverização de *fake news* tanto quanto os humanos, pois temos uma tendência maior a espalhar mais as notícias falsas com conotações mais dramáticas.

3.4.1. Possíveis impactos causados pelas fake news nas eleições

No âmbito das eleições, as *fake news* ocorrem em grandes proporções. Segundo as pesquisas realizadas sobre o período de campanha eleitoral de Donald Trump nos Estados Unidos em 2016 houve importante influência das *fake news*. Constatou-se que 27% do eleitorado teve contato direto com pelo menos uma notícia falsa (D'Urso, 2018, s/n).

Como já mencionado, as mentiras disseminadas, principalmente em âmbito eleitoral, não são práticas novas. Contudo, o que preocupa é a potencialidade e rapidez com que a mentira vem se alastrando através da utilização da tecnologia.

Em 2014, tivemos um episódio onde um empresário compartilhou uma pesquisa eleitoral falsa, no Estado do Espírito Santo, para o pleito de governador, cujo endereço eletrônico parecia com o de um grande veículo de comunicação. Tal pesquisa, com intuito de influenciar os indecisos, mencionava que um candidato estava muito à frente dos demais, gerando a falsa impressão de que aquele candidato realmente poderia vencer o pleito. O autor do fato foi indiciado por compartilhar *fake news* (Valfré, 2019, s/n).

Para Queiroz (2019, p. 11):

As consequências negativas da conjugação entre fake news e plataformas digitais são incalculáveis, uma vez que o debate público é distorcido, corrompendo-se a liberdade de expressão e o direito à informação, dois dos principais trunfos da democracia ante os demais regimes políticos.

Aqui temos o inverso daquilo que Gross (2018, p. 159) chama de *voto informado*, quando o eleitor vota por influência de uma mentira, e não por uma convicção instruída via debate político real, por meio de informações verdadeiras. Daí a nocividade das *fake news* durante as eleições.

3.4.2 Aplicação das normas eleitorais para combater a disseminação de fake news no processo eleitoral

Na legislação atual, a disseminação e a criação de *fake news*, pode ser enquadrada em diversos delitos, por isso é um assunto delicado durante uma eleição. Diante desta situação, o Tribunal Superior Eleitoral tentou lutar contra as *fake news* durante as eleições presidenciais de 2018. Foi criado um grupo de trabalho em conjunto com a Polícia Federal e o FBI. Além disso, um Conselho Consultivo sobre Internet e Eleições, surgiu para desenvolver pesquisas e fazer estudos a respeito da questão jurídica nas eleições, com o avanço da tecnologia (Siqueira, 2018, s/n).

O caso mencionado no item 4.3, sobre a divulgação de pesquisa falsa durante as eleições em 2014, houve tipificação nos crimes descritos no art. 33, § 4º, Lei nº 9.504/1997, e no artigo 297 do Código Eleitoral:

Art. 33. As entidades e empresas que realizarem pesquisas de opinião pública relativas às eleições ou aos candidatos, para conhecimento público, são obrigadas, para cada pesquisa, a registrar, junto à Justiça Eleitoral, até cinco dias antes da divulgação, as seguintes informações:

[...]

§ 4º A divulgação de pesquisa fraudulenta constitui crime, punível com detenção de seis meses a um ano e multa no valor de cinquenta mil a cem mil UFIR (Brasil. 1997).

Art. 297. Impedir ou embaraçar o exercício do sufrágio:

Pena - Detenção até seis meses e pagamento de 60 a 100 dias multa (Brasil, 1965).

Outro dispositivo que devemos mencionar aqui é o artigo 323 do Código Eleitoral, cujo crime ali avençado é de propagação de notícias com informações inverídicas. Dessa forma, tal dispositivo poderia ser utilizado para a questão das *fake news* no âmbito do Direito Eleitoral, *in verbis*:

Art. 323. Divulgar, na propaganda eleitoral ou durante período de campanha eleitoral, fatos que sabe inverídicos em relação a partidos ou a candidatos e capazes de exercer influência perante o eleitorado: (Redação dada pela Lei nº 14.192, de 2021).

Pena - detenção de dois meses a um ano, ou pagamento de 120 a 150 dias-multa (Brasil, 1965).

A tipificação desse artigo nos remete à questão de o dolo ter que ser específico, pois a pessoa sabe que está divulgando informações mentirosas. Nessa conjuntura, faz-se importante aporte do direito eleitoral, com a preocupação das mensagens mentirosas. Assim, a legislação eleitoral possui alguns dispositivos que podem ser considerados para a defesa contra a disseminação das *fake news* durante as eleições.

Segundo Rais (2018, p. 68), o problema com as *fake news* é muito mais abrangente do que apenas a veiculação de mentiras. Por meio de informações falsas se espalha a desinformação, e com isso, esfacela-se a participação democrática do cidadão sobre as decisões políticas. É por meio do sufrágio que os cidadãos escolhem os candidatos que irão representá-los no governo.

No direito eleitoral, um dos principais conflitos que encontramos é com relação ao direito de livre expressão e aos direitos de imagem, honra e privacidade. De fato, durante as campanhas eleitorais, a questão das mentiras é muito utilizada para enfraquecer candidatos em favor do sucesso de outros. E, agora com as tecnologias tão acessíveis, como é o caso da internet, a questão da mentira durante as eleições se tornou uma ameaça para o processo eleitoral, devido à sua capacidade de disseminação rápida e alcance com proporções gigantescas.

Ao lado do conflito entre direitos fundamentais, as *fake news* podem ser vistas ou como abuso da liberdade de expressão e de manifestação do pensamento, ou ainda como ofensa à honra, à imagem ou à privacidade. A título exemplificativo, vejamos dois casos ocorridos nas eleições presidenciais de 2022, um envolvendo o candidato Luiz Inácio Lula da Silva e outro o candidato Jair Messias Bolsonaro.

A Coligação Brasil da Esperança, por meio da Representação 0601372-57260, pediu a remoção de matéria publicada nas redes sociais do Brasil Paralelo, por conter fatos inverídicos contra o candidato Lula. O material do Brasil Paralelo apresentava reportagens publicadas em outros veículos de comunicação em que se ligava o candidato Lula à corrupção. A defesa do candidato alegou que as matérias jornalísticas apresentadas influenciavam negativamente a campanha do candidato, além de trazer fatos do mensalão relativamente aos quais ele não chegou a ser processado ou investigado. Ao tratar sobre a “Máfia dos Sangues-sugas” e os “Dólares na cueca”, o Brasil Paralelo também teria produzido *fake news* ao envolver todos os casos de corrupção ao candidato Lula. Por 4 votos a 3, o plenário do Tribunal Superior Eleitoral entendeu pela necessidade de remoção do conteúdo. A maioria entendeu que os casos apresentados nunca chegaram

a ser judicialmente imputados ao candidato (Tribunal Superior Eleitoral. Representação nº 0601372-57.2022.6.00.0000. Rel. originário Min. Paulo de Tarso Sanseverino. Redator para o acórdão Min. Ricardo Lewandowski. Data de julgamento: 13 out. 2022. Data de publicação: 26 out. 2022a) (Brasil, 2022b).

Outro caso envolveu o então candidato Jair Messias Bolsonaro na Representação nº 0601386-41.2022.6.00.0000. A defesa do candidato solicitou a suspensão de veiculação que feria a imagem e a honra do candidato, que lhe atribuía a prática de canibalismo. O candidato, em uma entrevista, disse que, em uma tribo que visitara, era comum a prática de canibalismo, mencionou que um dos índios havia morrido e eles o estavam cozinhando para o comerem com banana. Caso ele fosse na tribo teria de comer, ele não veria problema, pois é cultura deles, mas a comitiva não desejou ir ao local e ele não foi. Na veiculação do vídeo editado, se sugeria que o candidato Bolsonaro praticava o canibalismo. O TSE entendeu por unanimidade que a fala do candidato foi tirada de contexto e alterada para criar um fato que o prejudicasse junto à opinião pública, determinado a retirada de veiculação (Tribunal Superior Eleitoral. Representação nº 0601386-41.2022.6.00.0000. Rel. Ministro Paulo de Tarso Sanseverino. Data de julgamento: 13 out. 2022. Data de publicação: 19 out. 2022) (Brasil, 2022).

E, nesse contexto difuso e fragmentado em que a *fake news* se encontra durante um processo eleitoral, democrático por excelência, é que se verifica a existência de dispositivos do Direito Eleitoral que podem abarcar e coibir essa prática quando prejudicial à honra, imagem e privacidade de um candidato. Tal questão é algo a ser enfrentado por todos. Principalmente educando a população, em épocas de eleições, para que os eleitores possam distinguir as informações recebidas e terem um discurso democrático/político livre e informado. O que está em jogo é o letramento eleitoral no Brasil.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

As eleições são fundamentais em um Estado Democrático de Direito. A liberdade de expressão se funda nessa mesma premissa democrática. Não se pode ignorar que o fenômeno das *fake news* ainda é um assunto em estudo por importantes juristas eleitoralistas e que a complexidade que esta denominação abrange é maior do que simplesmente disseminação de notícias falsas.

Também é cediço que a questão das mentiras não é algo novo durante uma campanha eleitoral. O que se conclui, entretanto, é que diante da imensidão de oportunidades e de interação colocada à disposição, a internet tem sido uma ferramenta poderosa em relação aos meios de propaganda eleitoral tradicionais (rádio e televisão).

E, diante dessa situação, torna-se impossível controlar as manifestações de pensamento que circulam nas redes sociais (ambiente de maior proliferação de notícias falsas). O que demonstra que a grande preocupação com relação à disseminação de *fake news* não se dá diante do enquadramento na tipicidade eleitoral, mas sim com relação à educação virtual.

As *fake news* são a base da desinformação e, em uma sociedade com educação virtual reduzida, encontram terreno fértil, visto que o controle de sua disseminação não pode se dar apenas pelo Poder Judiciário.

O direito eleitoral possui dispositivos que combatem as mentiras, informações inverídicas, direito de resposta, vedação ao anonimato, liberdade de expressão. Tais dispositivos, juntamente com os direitos fundamentais, já são sensibilizados para o combate, porém a regra em uma eleição é da mínima interferência da Justiça Eleitoral, para que a liberdade de expressão esteja consagrada.

Por outro lado, quando o pretense exercício da liberdade de expressão ofende a dignidade, a honra, a privacidade, ou mesmo manipula os caminhos dos debates políticos democráticos, ela deverá ser ponderada diante do caso concreto.

O Estado brasileiro defende a liberdade de expressão como base para o desenvolvimento da democracia. Dessa forma, a liberdade de expressão não possui censura imediata e irrestrita. Cada caso deverá ser analisado com cuidado, para que a propaganda eleitoral seja livre e os debates políticos, críticas, elogios e verdades possam prevalecer nas eleições.

REFERÊNCIAS

BRASIL. *Constituição da República Federativa do Brasil de 1988*. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/Constituicao.htm. Acesso em: 5 fev. 2023.

BRASIL. *Lei n. 4.737, de 15 de julho de 1965*. Institui o Código Eleitoral. Brasília, Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l4737.htm. Acesso em: 5 fev. 2023.

BRASIL. *Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997*. Estabelece normas para as eleições. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/L9504.htm. Acesso em: 5 fev. 2023.

BRASIL. *Lei nº 13.488, de 06 de outubro de 2017*. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2015-2018/2017/Lei/L13488.htm. Acesso em: 5 fev. 2023.

BRASIL. Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014. Estabelece princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da Internet no Brasil. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/l12965.htm. Acesso em: 5 fev. 2023.

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. Resolução nº 23.610, de 18 de dezembro de 2019. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/legislacao/compilada/res/2019/resolucao-no-23-610-de-18-de-dezembro-de-2019>. Acesso em: 05 fev. 2023.

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. Resolução nº 23.714, de 20 de outubro de 2022. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/legislacao/compilada/res/2022/resolucao-no-23-714-de-20-de-outubro-de-2022>. Acesso em: 05 fev. 2023.

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. *Agravo Regimental Em Recurso Especial Eleitoral* 16996/SE. Rel. Min. Luiz Fux. Data de julgamento: 14 out. 2017. Data de publicação: 08 mar. 2018, pag. 28-30. Acesso em: 05 fev. 2023.

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. Representação nº 0601372-57.2022.6.00.0000. Rel. originário Min. Paulo de Tarso Sanseverino. Redator para o acórdão Min. Ricardo Lewandowski. Data de julgamento: 13 out. 2022. Data de publicação: 26 out. 2022. Acesso em: 05 fev. 2023.

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. Representação nº 0601386-41.2022.6.00.0000. Rel. Ministro Paulo de Tarso Sanseverino. Data de julgamento: 13 out. 2022. Data de publicação: 19 out. 2022.

CASTRO, Fábio de. 'Fake news' têm 70% mais chance de viralizar que as notícias verdadeiras, segundo novo estudo. *O Estado de São Paulo*, São Paulo, 08 mar. 2018. Disponível em: <https://www.estadao.com.br/ciencia/fake-news-se-espalham-70-mais-rapido-que-as-noticias-verdadeiras-diz-novo-estudo/>. Acesso em: 07 fev. 2023.

COSTA, Renata. *Quando começaram as propagandas políticas no Brasil?* Publicação em: 01 de setembro de 2009. Disponível em: https://novaescola.org.br/conteudo/2385/quando-comecaram-as-propagandas-politicas-no-brasil#_=_. Acesso em: 06 fev. 2023.

DAVIS, Angela. *A democracia da abolição: para além do império, das prisões e da tortura*. Trad. Artur Neves Teixeira. 2.ed. Rio de Janeiro: Difel, 2019.

D'URSO, Luiz Augusto Filizzola. O impacto das fake news nas eleições 2018. *Revista Jus Navigandi*, Teresina, ano 23, n. 5560, 21 set. 2018.

FAVOREU, Louis. El bloque de la constitucionalidad. *Revista del centro de estudios constitucionales*, n. 5, p. 45-68, 1990.

FERREIRA, Marcelo Peregrino; CHRISTOFOLETTI, Rogério; FRANTZ, Sâmia. *Fake news versus direito*. SAJ ADV, 2019. E-Book. Disponível em: <http://materiais.sajadv.com.br/fake-news>. Acesso em: 06 fev. 2023.

GOMES, José Jairo. *Direito eleitoral*. 14. ed. Rio de Janeiro: Atlas, 2018.

GROSS, Clarissa Piterman. Fake news e democracia: discutindo o status normativo do falso e a liberdade de expressão. In: RAIS, Diogo (Coord.). *Fake news: a conexão entre a desinformação e o direito*. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2018. p. 153-174.

LIMA, Ramalho. *Estudo revela que bots espalham fake news massivamente em poucos segundos*. 24 nov. 2018. Disponível em: <https://www.tecmundo.com.br/internet/136479-estudo-revela-bots-espalham-fake-news-massivamente-segundos.htm>. Acesso em: 6 fev. 2023.

MACHADO, Raquel Cavalcanti Ramos. *Manual de direito eleitoral*. 2. ed. Rio de Janeiro: Atlas, 2018.

MENDONÇA, Naiane Souza. O fenômeno das fake news no direito brasileiro: implicações no processo eleitoral. *Revista VirtuaJus*, Belo Horizonte, v. 4, n. 6, p. 294- 316, 1º sem. 2019. Disponível em: <http://periodicos.pucminas.br/index.php/virtuajus/article/view/20716/20716-75976-1>. Acesso em: 07 fev. 2023.

MORAES, Alexandre de. *O direito eleitoral e o novo populismo digital extremista: Liberdade de escolha do eleitor e a promoção da Democracia*. Tese. São Paulo: PDF, 2024.

NOHARA, Irene Patrícia. Desafios da ciberdemocracia diante do fenômeno das fake news: regulação estatal em face dos perigos da desinformação. In: RAIS, Diogo (Coord.). *Fake news: a conexão entre a desinformação e o direito*. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2018. p. 75-88.

QUEIROZ, Luiz Viana. *Seminário Internacional Fake News e Eleições*. Brasília: Tribunal Superior Eleitoral, 2019. Disponível em: https://bibliotecadigital.tse.jus.br/xmlui/bitstream/handle/bdtse/5981/2019_seminario_fake_news_eleicoes.pdf?sequence=8&isAllowed=y. Acesso em: 07 fev. 2023.

RAIS, Diogo; FALCÃO, Daniel; GIACCHETTA, André Zonaro; MENEGUETTI, Pamela; *Direito eleitoral digital*. São Paulo: Thomson Reuters Brasil/ Revista dos Tribunais, 2018.

SARLET, Ingo Wolfgang. *A eficácia dos direitos fundamentais: uma teoria geral dos direitos fundamentais na perspectiva constitucional*. 11.ed. Porto Alegre: Livraria do Advogado. 2012.

SARLET, Ingo Wolfgang. *Curso de direito constitucional*. 7 ed. São Paulo: Saraiva, 2017.

SARLET, Ingo Wolfgang; MARINONI, Luiz Guilherme; MITIDIERO, Daniel Francisco. *Curso de direito constitucional*. 2. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2013.

SIQUEIRA, Alessandra. Fake news e o modelo jurídico brasileiro e internacional. *Jus Navigandi*. 2018. Disponível em: <https://jus.com.br/artigos/68299/fake-news-e-o-modelo-juridico-brasileiro-e-internacional>. Acesso em: 06 fev. 2023.

TEIXEIRA, T; ESTANCIONE, L. M. B. A internet como veículo para propaganda eleitoral. *Revista dos Tribunais*. Volume 993/2018. Pg. 163-177. Julho 2018.

VALFRÉ, Vinícius. PF indica empresário do Espírito Santo por compartilhar fake news. 2019. Disponível em: <https://www.agazeta.com.br/es/politica/pf-indicia-empresario-do-espírito-santo-por-compartilhar-fake-news-0118>. Acesso em: 07 fev. 2023.