

Candidato conforme a preferência do eleitor: a influência da desinformação, robôs e algoritmos no convencimento do eleitorado

Candidate according to the elector's preference: the influence of disinformation, bots and algorithms in voters' conviction

Marcia Haydée Porto de Carvalho(1); Raissa Campagnaro de Oliveira Costa(2)

1 Doutora em Direito pela PUC/SP. Pós-Graduada em Altos Estudos de Política e Estratégia pela Escola Superior de Guerra. Professora da Graduação em Direito e do Mestrado em Direito e Instituições do Sistema de Justiça da UFMA. Promotora de Justiça no Maranhão.

E-mail: marciahaydee@uol.com.br | ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-0783-4302>

2 Mestre em Direito e Instituições do Sistema de Justiça da UFMA. Pós-graduada em Direito Processual Civil pela ESA-OAB/MA em parceria com a UFMA. Advogada Associada do Escritório João Batista Ericeira Advogados Associados.

E-mail: rcampagnaro94@gmail.com | ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5771-8310>

Revista Brasileira de Direito, Passo Fundo, vol. 19, n. 1, e4866, janeiro-abril, 2023 - ISSN 2238-0604

[Received/Recebido: julho 6, 2023; Accepted/Aceito: agosto 14, 2023;

Publicado/Published: dezembro 11, 2023]

DOI: <https://doi.org/10.18256/2238-0604.2023.v19i1.4866>

Como citar este artigo / How to cite item: [clique aqui!/click here!](#)

Resumo

O presente artigo tem por objetivo analisar as perspectivas futuras e as soluções para o problema da manipulação do eleitor na propaganda eleitoral, produzidos pela desinformação, o uso de robôs, a utilização de algoritmos para a criação de perfil do eleitor, com a garantia do princípio eleitoral da primazia do direito fundamental da liberdade de expressão. Utilizou-se como método de abordagem o dedutivo, como método de procedimento, o descritivo exploratório, como técnicas de pesquisa, a bibliográfica, a jurisprudencial e a documental. Concluiu-se que as redes sociais, como outros meios de comunicação, podem combater a manipulação da propaganda eleitoral, mediante autorregulação. Já o Estado, por meio do poder executivo, com o uso de medidas educativas voltadas ao cidadão, e o judiciário, julgando caso a caso de forma proporcional e/ou razoável e preferencialmente numa perspectiva preventiva, devem enfrentar esse desafio, de modo a sempre garantir o princípio eleitoral da primazia da liberdade de expressão.

Palavras-chave: Liberdade de expressão; propaganda eleitoral; manipulação; desinformação; novas tecnologias.

Abstract

The present paper aims to analyze future perspectives and solutions to the problem of voter manipulation in electoral propaganda, produced by disinformation, as well as the use of robots, algorithms for voter profiling, while guaranteeing the electoral principle and fundamental right to freedom of speech. The deductive method was employed along with the descriptive-exploratory, as a procedural approach, and the bibliographic, jurisprudential and documentary techniques were utilized as research tools. It was concluded that social media platforms and others medias can combat the manipulation of electoral propaganda through self-regulation. The State, through the executive branch, employing educational measures targeting citizens, and the judiciary, by judging on a case-by-case, in a proportional and/or reasonable manner and preferably from a preventive perspective, must confront this challenge in order to always uphold freedom of expression.

Keywords: freedom of speech; electoral propaganda; manipulation; disinformation; news technologies.

1 Introdução

A liberdade de expressão está garantida no art. 5º, inciso IX, da Constituição da República Federativa do Brasil, segundo o qual “é livre a expressão da atividade intelectual, artística, científica e de comunicação, independentemente de censura ou licença”. Trata-se, portanto, de um direito fundamental, justamente por ser um direito humano reconhecido, no âmbito interno, pela Lei Fundamental pátria.

Diante da colisão do direito à liberdade de expressão com outros direitos fundamentais e outros valores constitucionalmente protegidos, a doutrina e a jurisprudência sustentam a primazia do direito à liberdade de expressão, o que significa dar precedência a esse direito sem jamais atingir o núcleo essencial do direito colidente. Também advogam a existência de um princípio eleitoral da primazia do direito à liberdade de expressão, a ser observado na solução de casos concretos.

Toda essa preocupação com a liberdade de expressão tem por objetivo propiciar a livre circulação de ideias e o debate entre diferentes pontos de vista, com o fito de salvaguardar a democracia, ou seja, a participação do cidadão nos negócios públicos.

Durante o processo eleitoral da atualidade, é cada vez mais comum a manipulação da propaganda eleitoral, através da desinformação, uso de robôs para fins de propaganda política e o uso de algoritmos na criação do perfil do eleitor, sendo necessário pensar-se na perspectiva futura e apresentar soluções para esse problema, sem colocar em risco a liberdade de expressão, garantidor da democracia.

Para a elaboração deste artigo, utilizou-se como método de abordagem o dedutivo, como método de procedimento, o descritivo-exploratória, e como técnicas de pesquisa, a bibliográfica, a jurisprudencial e a documental.

O trabalho é composto por cinco capítulos. O primeiro deles esta introdução; o segundo voltado para a abordagem da primazia da liberdade de expressão no ordenamento jurídico brasileiro e como princípio do direito eleitoral; o terceiro, no qual se aborda a questão da manipulação da propaganda eleitoral; o quarto, onde se aborda do cenário futuro e as possíveis soluções para o referido problema da manipulação da propaganda eleitoral; e o quinto, em que se apresentam as considerações finais.

2 A primazia da liberdade de expressão no ordenamento jurídico brasileiro e como princípio do direito eleitoral

A liberdade de expressão é um tema presente desde o surgimento das primeiras constituições. Segundo Mill (2011), a liberdade é um direito individual a ser exercida com o mínimo possível de intervenção estatal. Ao tratar da liberdade de expressão, o autor assinala que a censura revela a ideia equivocada consoante a qual determinada

opinião ou discurso seria infalível ou mais correto, todavia não existe verdade absoluta e mesmo uma informação sendo claramente falsa, a liberdade de expressá-la só agrega ao debate e à discussão quando confrontada com a mensagem supostamente verdadeira.

Com base em Robert Alexy, no livro “Teoria dos Direitos Fundamentais”, afirma-se que tanto quanto na Alemanha, o direito à liberdade de expressão é uma norma de direito fundamental na realidade brasileira. Um primeiro critério, ainda que muito restritivo, para reconhecer quais são as normas de direito fundamental seria o fato de estarem dispostas no tópico “Os direitos fundamentais” da Constituição Alemã (ALEXY, 2008, p. 68). Transportando para o Brasil, corresponde ao título II da Constituição Federal, intitulado “Dos direitos e garantias fundamentais”. Os direitos a livre manifestação do pensamento e a liberdade intelectual, artística, científica e de comunicação estão previstos, respectivamente, nos incisos IV e IX, do art. 5º, da CF.

Estabelecido que o direito à liberdade de expressão é norma de direito fundamental no sistema constitucional nacional, importante identificar qual tipo de norma figura no art. 5º, incisos IV e IX, da Constituição Federal, se regra ou princípio. Alexy (2008, p. 86-87) esclarece que “tanto as regras quanto princípios são normas, porque ambos dizem o que deve ser”. Existem vários critérios de diferenciação entre princípios e regras foram desenvolvidos. Para Alexy (2008, p.90-91), princípios são “mandamentos de otimização”, ou seja, devem ser realizadas na maior medida permitida, enquanto as regras já não possuem níveis de realização, mas devem ser realizadas ou não na sua totalidade.

Ainda segundo o autor, é através da colisão entre princípios e do conflito entre regras que as distinções entre esses dois tipos de normas se evidenciam. Em síntese, quando as regras entram em conflito, uma deve ser totalmente deixada de lado para fazer valer a outra. Na colisão entre princípios, diferentemente, não se exclui um princípio completamente para que o outro possa ser aplicado, pois o que deve acontecer é um sopesamento entre eles, de modo que um deve ceder um pouco para que o outro possa ser aplicado, em determinado caso concreto, na maior medida possível (ALEXY, 2008).

A partir dessas características básicas dos princípios e das regras, chega-se à conclusão de que a norma de direito fundamental à liberdade de expressão na Constituição Federal brasileira trata-se de um princípio. Assim, em uma colisão entre princípios, o direito à liberdade de expressão *versus* direito à privacidade, um princípio não deve ser excluído para que o outro possa valer no ordenamento jurídico brasileiro, mas sim, a depender do caso concreto, um sopesamento deverá ser realizado para que um dos dois possa ser aplicado em maior medida que o outro, contudo, sem extirpar aquele que não se sobressaiu.

No Brasil, a aplicação do direito fundamental à liberdade de expressão tem cada vez mais se aproximado do caráter definitivo das regras, pois ao ser interpretado nos casos de colisão, em geral, há uma preferência completa desse direito sobre o princípio

colidente. Questiona-se, portanto, se a liberdade de expressão estaria deixando de ser princípio para virar uma regra no ordenamento jurídico brasileiro?

Ao tratar das objeções ao conceito de princípios, Alexy (2008) levanta a hipótese de considerar alguns princípios, por sua força, como absolutos. Contudo, a ideia de preferência de um princípio sobre outro, independente do caso em análise, vai totalmente de encontro com a lei da colisão e com o sistema de direitos fundamentais do ordenamento jurídico. Ao discorrer sobre o princípio da dignidade humana, o autor ressalta que esse seria o único direito capaz de se aproximar dessa ideia de absolutismo dentro da Constituição Alemã. Sendo assim, reconhece que se há um caráter de precedência da dignidade humana perante outros princípios, então isso só reafirma sua qualidade, em parte, de regra. Sendo assim, “não é o princípio (da dignidade humana) que é absoluto, mas a regra da dignidade humana” (Alexy, 2008, p. 111-113).

2.1 Liberdade de expressão como pressuposto de democracia

Em razão do aumento do tamanho das cidades e dos Estados, Dahl (2012) analisa as principais particularidades da transformação da democracia em sua compreensão clássica¹ até alcançar o que ele denomina como poliarquia² como forma de governo.

A partir das mudanças dos Estados, em especial o aumento do território e da população, e dos esforços democráticos, Dahl (2012) conclui que os Estados não alcançam completamente a ideia de democracia, mas tão somente o sistema político chamado por ele de Poliarquia.

Em relação às características gerais da poliarquia, destacam-se sete instituições, quais sejam: 1) funcionários eleitos; 2) eleições livres e justas ou seja com mínimo de coerção na escolha do voto; 3) sufrágio inclusivo, no qual o maior número de pessoas são cidadãos com direito de voto; 4) direito de concorrer a cargos eletivos, nesse caso há abertura da concorrência com requisitos mínimos a serem preenchidos pelos cidadãos que querem se candidatar; 5) liberdade de expressão, ligada à liberdade de oposição em que os indivíduos devem ser livres para criticar aqueles que estão no poder sem medo de repressões; 6) informação alternativa, diretamente ligada ao direito de se informar, pois o Estado precisa assegurar o maior número de fontes de informação de modo que não haja hegemonia; 7) autonomia associativa que se revela na liberdade de se associar inclusive formar diferentes partidos políticos (DAHL, 2012).

- 1 Na concepção clássica a democracia tinha como requisito a participação direta do povo, sem intermediários, ou seja, sem a eleição de representantes. Ademais, para que houvesse verdadeira soberania do povo nesse tipo de governo, os cidadãos deveriam ser capazes de se reunir em assembleias de modo a deliberar sobre as questões do Estado (DAHL, 2012).
- 2 O termo poliarquia advém dos termos “poli” que significa muitos e “arquia” que significa governo, sendo traduzido como governo de muitos, que se contrapõe ao governo de um só, qual seja a monarquia. Ademais, Robert Dahl entende que a poliarquia seria uma democracia mais próxima da realidade, enquanto a democracia está mais para o âmbito ideal. (DAHL, 1989).

Entre essas instituições, chama atenção o direito à liberdade de expressão. De acordo com Dahl (2001), esse direito é requisito para a democracia em virtude de possuir as seguintes funções: a) permite a participação dos cidadãos no debate político para criticar e persuadir os representantes eleitos, o que inclui o direito de ouvir e ser ouvido; b) concede compreensão esclarecida porquanto permitem aos indivíduos ter acesso ao maior número de opiniões de outros indivíduos comuns, dos candidatos, dos representantes eleitos e principalmente de especialistas, favorecendo a formação de convicção de cada um de maneira muito mais fundamentada e não superficial; c) influenciar o programa de planejamento das deliberações governamentais, durante uma gestão vigente, sendo possível ao cidadão construir leis, decisões e políticas públicas através da manifestação de demandas atuais da sociedade.

Por outro lado, a instituição informação alternativa também se relaciona com outro aspecto da liberdade de expressão, consistente no direito de ser informado. Nesse sentido, é preciso assegurar um ambiente livre, justo e equilibrado no qual todos tenham acesso aos mais diversos tipos de informações, notícias, opiniões a fim de que o cidadão possa formular sua compreensão esclarecida. O contrário disso, por exemplo, seria uma única fonte dominada pelo governo, o que prejudicaria a democracia como um todo, pois os cidadãos não teriam oportunidade de receber os diversos pontos de vista dos fatos ao seu redor (DAHL, 2001).

Como dito acima, o ordenamento jurídico brasileiro, devido ao seu desenho democrático, não admite qualquer direito absoluto, incluindo o direito fundamental à liberdade de expressão, por mais caro que este seja para a manutenção da democracia e por mais que esteja previsto no art. 220, §2º, da CF, a proibição de “toda e qualquer censura de natureza política ideológica e artística”. Explica-se: Ainda que de grande valor para o Estado Democrático de Direito, a liberdade de expressão conta com algumas restrições previstas em lei (FARIAS, 2001). Contudo, importa destacar que as restrições não são de qualquer natureza, mas devem possuir sempre fundamento na Constituição Federal, ainda que previstas em leis infraconstitucionais. Sendo assim, ainda que existam algumas restrições à liberdade de expressão, essas devem ser fundamentadas em outro direito fundamental.

Em verdade, há uma ampla proteção à liberdade de expressão no ordenamento jurídico brasileiro. Isso se dá, entre outros motivos, porque a Constituição Federal foi promulgada em 1988, após um longo período de ditadura e cerceamento das mais diversas liberdades dos cidadãos brasileiros. Convencionou-se assim que o regime de proteção à liberdade, no Brasil, seria o de liberdade com responsabilidade, isto é, responsabiliza-se o sujeito que se exceder no uso de sua liberdade de expressão e que venha a violar o direito de terceiro (RUFINO; FACHIN, 2019, p. 229 e 230).

Importante esclarecer a diferença entre censura e restrição, de modo a evidenciar a ausência de caráter absoluto do direito à liberdade de expressão

[...] sendo a restrição uma alternativa com fundamento constitucional, com o intuito de conciliar o direito à livre manifestação do pensamento com os direitos de personalidade do indivíduo. Na contramão dessa ideia, está a censura - a qual não é tolerada no ordenamento jurídico brasileiro - porquanto impossibilita a prática da manifestação do pensamento (RUFINO; FACHIN, 2019, p. 232).

O que é proibido, portanto, é a censura prévia à liberdade de expressão. Trata-se *a posteriori* as consequências do eventual mal uso da liberdade de expressão.

Apesar de todo o exposto acerca da ausência de direito absoluto no ordenamento jurídico, o Ministro Barroso ao proferir voto no julgamento da ADI nº 4.451 acerca da proibição de publicações satíricas e humorísticas a partir de 1º de julho do ano eleitoral (art. 45 da lei nº 9.504/97) ressaltou o caráter preferencial da liberdade de expressão no sentido de que “a liberdade de expressão desfruta de uma primazia *prima facie*, ou seja, em princípio ela deve prevalecer”. (BRASIL, 2018, p. 39).

Em seu voto, o Ministro Barroso explica o porquê dessa possível exceção relativamente a um direito superior a outros. Inicialmente faz reverência ao passado da nação brasileira, onde desde os primórdios há o costume de censurar previamente diversos conteúdos, destacando o período da ditadura brasileira, em que a censura era a regra, e todos os conteúdos antes de publicados precisavam passar pelo filtro do Estado brasileiro. Afirma assim que hoje se dá preferência a liberdade de expressão, pois o passado não o fez, pelo contrário, a condenou (BRASIL, 2018).

No mesmo voto, o Ministro afirma que a preferência do direito à liberdade de expressão se dá porque diversos outros direitos fundamentais dependem daquele para que tenham aplicabilidade e eficácia. Acrescenta que para o livre exercício dos direitos políticos, direitos sociais e individuais faz-se necessário a livre manifestação do pensamento e divulgação de todo tipo de informação (BARROSO, 2018). Aduz finalmente que “a liberdade de expressão é um pressuposto da democracia” (BARROSO, 2018, p. 42).

Além da decisão proferida na ADI nº 4.451, o Supremo Tribunal Federal manifestou-se no mesmo sentido de proteção preferencial à liberdade em outros casos difíceis, a exemplo do julgamento da Reclamação nº 38201, no qual entendeu pela permissão de biografias ainda que não autorizadas, e do Recurso Extraordinário nº 1010606 com repercussão geral reconhecida, onde deixou de reconhecer a existência do direito ao esquecimento no ordenamento jurídico brasileiro, para proteger a divulgação de fatos ou dados verídicos, mesmo antigos ou “irrelevantes” para o contexto atual.

A liberdade de expressão como princípio norteador do ordenamento jurídico brasileiro alcança todas as áreas de estudo do direito, a exemplo do direito eleitoral, especialmente quanto à propaganda para fins políticos.

Um dos ideais norteadores do direito eleitoral é o democrático, por estar atrelado à necessidade de conceder acesso ao máximo de informações aos cidadãos de modo a possibilitar e enaltecer o debate público. Diante da permissão de troca de ideias e discursos, o eleitor tende a correr menos riscos de ser ludibriado e influenciado por somente uma versão dos fatos. Ademais um governo democrático pressupõe segurança e imparcialidade nas eleições (GOMES, 2020).

De acordo com Osório (2017), a liberdade de expressão deve ser exacerbada durante o período eleitoral, pois é através do amplo acesso às informações, opiniões e debates que os candidatos podem se fazer conhecidos pelos eleitores e estes podem comparar as diversas propostas de governo dos concorrentes. Para além da liberdade de expressão dos candidatos, os eleitores também precisam ter sua garantia de liberdade de opinião assegurada, de modo a instigar discussões essenciais para a manutenção da democracia. A liberdade de expressão alcança também os comentários e críticas advindos dos candidatos concorrentes e da população em geral, pois é através da revelação de diversas versões acerca de um mesmo fato que o eleitor se torna capaz de construir sua escolha de voto.³

O princípio democrático e principalmente a liberdade de expressão como seu pressuposto têm sofrido violações com o passar do tempo, através do uso e abuso de estratégias manipuladoras de *marketing* político.

3 Manipulação da propaganda para fins políticos

Não há novidade na utilização de informações falsas ou manipulação de propaganda como estratégia de propaganda eleitoral. Desde o jornal de papel, rádio e TV, há a preocupação do legislador com a possível manipulação do eleitorado pelas empresas de meios de comunicação e jornalistas que poderiam favorecer determinados candidatos em detrimento de outros (SILVEIRA, 2020).

Na atualidade, ampliou-se a proporção de certas estratégias de *marketing* político em razão das características típicas da *internet*. O espaço virtual, marcado especialmente pelas redes sociais, possuem uma característica fundamental que difere muito dos meios de comunicação tradicionais, que é a velocidade de compartilhamento das informações. Além da rapidez com que as informações viajam entre pessoas, há o chamado *Big Data*⁴, grande quantidade de informação, sendo postada, compartilhada

3 Nesse aspecto, muito se discute acerca do direito de privacidade dos candidatos à cargos eletivos e políticos em geral. Dessa forma, é importante para o exercício da democracia que se conheça até certo grau da intimidade dos candidatos, de modo a permitir ao eleitor avaliar se as propostas do pretenso representante da sociedade civil estão de acordo com a sua vida pessoal e carreira profissional e política.

4 Segundo Watson (2014, trad. nossa), o termo *Big Data* é definido inicialmente como um grande volume de dados, entretanto seria inefetivo estabelecer um número X de dados para precisá-lo, pois esse número tende a se tornar obsoleto rapidamente com o passar do tempo. Sendo assim, *Big Data* é

e armazenada nas redes. Por fim, tem-se a descentralização na produção de conteúdo, pois qualquer usuário detém a possibilidade de criar notícias, textos, imagens, vídeos e outras informações, muitas vezes de forma anônima, ou sob outro prenome, de modo a não ser identificável pelo público em geral (DIAS; DA SILVA, 2021).

No que diz respeito às campanhas eleitorais, o cenário atual é marcado não somente pelas novas tecnologias, mas também pelo curto período de propaganda eleitoral, o que demanda do candidato estratégias rápidas e eficazes para alcançar o convencimento do eleitorado. Mais ainda, a vasta regulação da legislação eleitoral, que fixa inúmeras vedações e restrições à atuação do candidato, a exemplo de limites de tempo na televisão e rádio, limite de metragem de cartazes e adesivos, proibição de fixação de bandeiras, consistem em um forte indicativo do uso predominante da *internet* no *marketing* eleitoral (SILVEIRA, 2020).

A expectativa inicial da *internet* era de maximizar o debate democrático, por ser um ambiente de fácil e livre acesso dos cidadãos, onde a manifestação do pensamento é propícia. Contudo, as expectativas se concretizaram somente em parte, desenvolvendo uma dupla funcionalidade da *internet* que ainda oportuniza a participação da população em debates políticos e democratiza o acesso à informação e a liberdade de expressão, mas ao mesmo tempo tem se revelado um ambiente oportuno para práticas capazes de colocar a democracia em perigo (DIAS; DA SILVA, 2021).

Nos últimos anos de forma mais intensa, especialmente durante o referendo do *Brexit* no Reino Unido e as eleições presidenciais dos Estados Unidos de 2016, assim como por ocasião das disputas presidenciais de 2018, percebeu-se a força da desinformação e da manipulação de dados para criação e direcionamento de propaganda e anúncios com viés político. Esses eventos representaram grandes divisores de água em relação ao antes utilizado como uma das estratégias de *marketing* para se tornar o principal meio de convencimento do eleitorado e ferramenta para obtenção do sucesso no pleito (DOURADO; GOMES, 2019).

Nesse contexto, as redes sociais podem ser um espaço de grande relevância para a democracia, com a condição de que promovam o amplo e livre debate entre as pessoas e não coloquem em risco a democracia do país (DIAS; DA SILVA, 2021).

3.1 Desinformação

O termo *fake News*, amplamente utilizado pela mídia, precisa ser analisado de forma mais rigorosa, tendo em vista que seu uso não cabe no âmbito científico. A tradução literal seria notícia falsa, contudo esse termo não abrange todas as suas nuances. Braga (2018) conceitua o termo como “[...] a disseminação, por qualquer meio de comunicação, de notícias sabidamente falsas com o intuito de atrair a atenção para caracterizado por um grande volume de dados, com grande velocidade de fluxo, grande complexidade e grande variedade.

desinformar ou obter vantagem política ou econômica”. Nessa quadra, o estudo das notícias falsas enquadra-se bem mais no âmbito da moral que do direito, pois não cabe fazer o julgamento da notícia e sua identificação com a verdade.

Por essa razão, o conceito mais apropriado ao objeto de estudo da ciência jurídica é o concedido pelo autor Diogo Rais (2018), o qual entende *fake News* como notícia fraudulenta, considerando essencial que reste identificada a “falsidade, dolo e dano” para que a fraude com notícias enganosas seja caracterizada no âmbito jurídico. A ideia de desinformação, termo mais adequado que notícias falsas, requer a intenção de divulgar informações inverídicas de forma deliberada para ser investigado e coibido por parte do direito. Essa distinção é necessária para um caso analisado a seguir, no qual diversas pessoas são levadas a compartilhar desinformação sem a compreensão de que não são verdadeiras, ou seja, acreditando na sua veracidade de forma inconsciente.

A desinformação possui duas finalidades, a econômica e a política, esta última o foco do presente trabalho. Muitos criadores de conteúdo divulgam informações inverídicas com o intuito de atrair cliques, acessos, posteriormente convertidos em benefícios financeiros para o seu autor, pois quanto mais acessos em seu *website*, mais anúncios poderão ser vistos, os quais geram lucro para aquele. Por seu turno, a função política da desinformação visa o convencimento do eleitor para que este vote no candidato X ou deixe de votar no candidato Y. Todavia, a função econômica acaba sendo indissociável do intuito político da desinformação, porque a arquitetura das redes sociais funciona de modo a estimular o engajamento do usuário e sua permanência na plataforma por mais tempo possível, seja para propiciar mais visualizações de anúncios, seja para possibilitar a maior captação de dados dos indivíduos, verdadeiras moedas de troca da internet. Logo, a criação, permanência e a divulgação de *fake News*, ainda que de viés político, são financeiramente lucrativas para as empresas detentoras das redes sociais (FERREIRA; MATOSO, 2022).

Com efeito, estudo realizado pelo MIT indica que as notícias falsas viajam 70% mais rápido que notícias verdadeiras, ou seja, as pessoas compartilham muito mais desinformação quando comparado a informação verídica, e esse número sobe três vezes mais quando se trata de conteúdo político, em detrimento de outros conteúdos enganosos, por exemplo os de viés econômico ou científico (MENDONÇA, 2019).

A maior propagação de notícias inverídicas é explicada pelos seguintes motivos: a) o ambiente da *internet* sobrecarrega o usuário com informações em uma velocidade sem precedentes, o que dificulta qualquer tipo de análise mais aprofundada pelo leitor da notícia e muitas vezes resulta na leitura apenas da manchete do informe; b) no meio de uma enxurrada de informações, as notícias que mais chamam atenção e provavelmente despertam o interesse do usuário, causando-lhe algum sentimento de raiva, ódio, alegria, curiosidade, e em regra os que possuem conteúdos inventados e absurdos apresentam essa característica; c) presença do viés da confirmação, através do qual o cidadão prefere ler e consumir informações que corroboram com o seu ponto

de vista, razão pela qual a notícia, mesmo inverídica, que confirme o pensamento do usuário muito provavelmente será consumida e compartilhada; d) existência do viés social, revelador da tendência dos usuários de *internet* de confiarem em pessoas próximas a si (MENDONÇA, 2019).

Além disso, Ferreira e Matoso (2022) apontam para o comportamento de manada das pessoas, por meio do qual elas seguem o posicionamento de um líder ou um grupo, na *internet* chamados de influenciadores digitais, sem maiores reflexões e sem tomar uma decisão consciente, apenas pela influência dessa figura de liderança. Assim, quando notícias falsas “viralizam”, ou seja, são compartilhadas em grande quantidade por muitos perfis, apesar de falsos ou por robôs, o exagero de compartilhamento consegue dominar a rede social, gerando a sensação de que a informação é verdadeira, já que a maioria está compartilhando a mesma.

As pessoas seguem a opinião majoritária por dois motivos: 1) Aceitação, pois todo cidadão quer pertencer ao grupo da maioria e acaba seguindo a opinião do grupo para não ficar excluído, mesmo ciente da falsidade da informação ou desconfiando de sua veracidade; 2) ausência de informação para discutir, na medida em que as pessoas tendem a acreditar que os outros são mais bem informados ou possuem mais conhecimento que elas sobre o assunto, motivo pelo qual interpretam, pela lógica, que a notícia divulgada deve ser verdadeira, principalmente pelo fato de não possuírem conhecimento suficiente para discordar ou ao menos desconfiar da informação divulgada (FERREIRA; MATOSO, 2022).

A própria engenharia das redes sociais e seu funcionamento favorecem a disseminação da desinformação através dos denominados filtros bolha⁵ ou câmaras de eco em que usuários recebem sugestões e estímulos de sobre o mesmo tema, de acordo com suas curtidas e compartilhamentos, porquanto a própria plataforma direciona ao usuário conteúdos compatíveis aos interesses por ele demonstrados. As redes sociais lucram através do engajamento dos seus usuários, sendo a estratégia de apresentar-lhes conteúdos que provavelmente irá gostar uma forma de mantê-lo dentro da plataforma o maior tempo possível, consumindo anúncios e fornecendo seus dados (PINTO; MORAES, 2020).

Esse fato revela o prejuízo para democracia e para o amplo debate, porquanto o eleitor, usuário de *internet*, não necessariamente terá acesso a todas as propostas políticas ou ao menos a dos candidatos que diverjam da sua preferência já demonstrada nas redes sociais. Através dos algoritmos, dificilmente o eleitor simpatizante dos ideais de um candidato X irá receber em suas redes sociais conteúdos com críticas a esse candidato, o que acaba limitando o exercício do voto informado e consciente.

5 A bolha é divulgada para o público como uma vantagem, um serviço personalizado para sugerir assuntos apreciados pelo usuário, filmes que provavelmente irá gostar, músicas que possivelmente fazem parte do seu estilo, de acordo com seu histórico de navegação do usuário, tudo com o objetivo de propiciar-lhe mais facilidades e prazer. Todavia, por mais conveniente que seja, justamente no filtro reside o problema da limitação da informação.

Ao contrário do que se imaginava e se esperava da *internet*, como local capaz de ampliar o debate democrático, tem se observado justamente o contrário, em decorrência dos filtros bolhas e câmeras de eco, na medida em que os usuários só consomem conteúdos reforçadores de suas crenças (PINTO; MORAES, 2020).

Nesse sentido, Fonseca e Rodrigues (2019) afirmam que “não há democracia no consenso, nas bolhas virtuais, e nas notícias que seletivamente são filtradas antes de aparecer nas nossas redes sociais”. Sunstein (2009) vai além, ao sustentar que o viés da confirmação, reiterado e solidificado pelos filtros bolhas que reúnem opiniões são precursores dos movimentos extremistas, em razão da intolerância os manifestantes de posicionamento divergente do aceito pelo grupo.

No contexto eleitoral, de escolha dos futuros representantes da nação, não há como negar a influência da desinformação no resultado do pleito, de acordo com Silveira (2020)

Considerando o universo relevante de cidadãos que acessam a internet no Brasil e a interação dos usuários entre si e com o próprio conteúdo – maneira mais ampla do que na mídia tradicional – parece difícil, senão impossível, argumentar que esse universo de informações não tem potencial de impacto na formação da vontade do cidadão em geral e, sobretudo, do eleitor que passa por um período extremamente curto e regulado processo eleitoral no Brasil.

Deste modo, a desinformação revela-se incompatível com a democracia, pois vicia o convencimento do eleitor, induzindo-o a erro, ao apresentar um conteúdo enganoso, que se passa por conteúdo verídico. Nesse passo, sendo inegável que a desinformação pode afetar o resultado das eleições é necessário que seja tratada com a seriedade demandada, em razão das graves consequências grave para democracia do país, qual seja, influir decisivamente na eleição de representantes do povo e suas respectivas decisões, que governarão e guiarão a nação por longo período.

3.2 O uso de robôs para fins de propaganda política

Como estratégia de marketing político a produção e divulgação em massa de conteúdos positivos acerca de um único candidato pode fabricar a falsa realidade de que aquele está com mais chances de ter êxito no pleito ou pelo menos é o mais apoiado pela população em geral. Contudo, como o ser humano possui limitações, criou os robôs ou *bots* (abreviação em inglês), os quais podem existir, tanto no formato mecânico no espaço físico, quanto na forma de programas virtuais de computador, capazes de ultrapassar as barreiras de velocidade, tempo e quantidade e, assim, disseminar um grande volume de conteúdo (SANTOS, 2017).

Uma das grandes dificuldades atuais é conseguir diferenciar um programa de computador de um usuário ser humano, pois os *bots* buscam imitar comportamentos humanos com discernimento cada vez mais desafiador, principalmente em razão da rapidez do avanço tecnológico (DIAS, DA SILVA, 2021).

Os robôs são utilizados para criar, mas também e principalmente para replicar conteúdos falsos e verdadeiros, criados por seres humanos, de modo a massificar determinada informação, gerando a manipulação do discurso na internet, impossibilitando o surgimento de espaço para debates e opiniões diversas. O espaço restante, não alcançado pelos robôs, é pouco visto, pois a gigantesca massa de informações compartilhadas em milésimos de segundos apresenta-se como uma avalanche que engole as publicações e compartilhamentos dos seres humanos, as quais não possuem, nem de perto, a rapidez de uma máquina (DIAS, DA SILVA, 2021).

Entretanto, o MIT reconheceu em pesquisa que o uso de *bots* para disseminação de *fake News* não tem sido tão determinante para o aumento dessa prática. Como o robô não faz diferença entre o verdadeiro ou falso, apenas divulga as notícias. Nesse sentido, é o fator humano que mais contribui para o crescimento da atividade de disseminação de desinformação⁶. Sendo assim, mostra-se necessário o investimento em políticas que sinalizem um conteúdo falso ou permitam que o usuário as identifique, de modo a não concentrar os esforços de combate à desinformação somente na ação dos *bots*, sob pena de ineficácia do enfrentamento (FERREIRA; MATOSO, 2022).

3.3 O uso de algoritmos na criação do perfil do eleitor

Atualmente, os provedores de conteúdo de *internet* praticam sua própria forma de vigilância através da coleta de dados dos usuários feita por meio dos *cookies*⁷, os quais permitem o armazenamento de informações sobre todas as ações dos usuários na internet, as quais o provedor tem acesso. Os *cookies* “registram nossos sites preferidos, lembram as informações de nosso cartão de crédito, armazenam o que pomos nas nossas sacolas de compras eletrônicas, e anotam em que anúncios de *banner* clicamos” (KEEN, 2009, p. 163).

Somado a isso, é crescente a quantidade e a necessidade de criação de perfis *online*, nos quais o próprio sujeito disponibiliza seus dados pessoais que, aparentemente, são inofensivos, ou seja, não trarão prejuízo se divulgados. Além disso, quando não divulgados de forma voluntária, empresas de marketing político criam *sites*, questionários, anúncios responsáveis por coletar dados dos usuários. A partir da

6 Conforme Santos (2017), quando um conteúdo é publicado de modo claramente orgânico, produzido por um ser humano e não por uma máquina, e mais ainda, por uma pessoa próxima, com credibilidade ou em posição de liderança, essa informação, ainda que falsa, convence muito mais o usuário que a recebe, e por acreditar nela, tende a compartilhá-la.

7 Pacotes de dados presentes nos navegadores de *internet*, capazes de atribuir um número único que identifica o disco rígido de cada computador.

divulgação voluntária, da coleta intencional feita, ou até mesmo da venda de dados aparentemente inócuos, empresas os combinam e, em um processo de agrupamento dedutivo, são capazes de adquirir novas informações, não expressamente disponíveis, que podem ser sensíveis e o indivíduo gostaria que permanecessem privadas (SCHNABE; HORNUNG, 2009), sendo este processo chamado, por Daniel Solove (2008), de *aggregation*. A combinação de dados extraídos de perfis *online* possibilita que o comportamento de cada indivíduo possa ser previsto em um controle de ações futuras.

No mesmo sentido Santos (2017, p. 10), para quem o cruzamento de dados inicialmente anônimos “permite não somente a identificação do indivíduo em si, mas também, a opinião política da região em que determinado eleitor se encontra, propiciando que o candidato “personalize” seu discurso para esse local”.

Após a coleta de dados, o passo seguinte consiste na criação de perfis dos indivíduos para que então seja possível o *microtargeting*, a criação e o direcionamento de anúncios de acordo com o interesse do indivíduo. Assim, aquele indivíduo militante na proteção dos animais poderá receber diversos anúncios acerca do tema, dando a impressão de que o candidato ou partido priorizará a causa animal caso eleito, por exemplo. Além disso, os anúncios não são determinados apenas pelo tipo de perfil do usuário, mas também de acordo com o engajamento do público com os temas dos assuntos. Assim são alteradas as cores, as palavras, os formatos, as imagens dos anúncios no decorrer da campanha de acordo com as pautas mais acessadas e que despertam mais interesse. Dessa forma, a propaganda política pode ser moldada com esses dados, confeccionando um candidato à “gosto do freguês” ou, nesse caso, conforme a preferência do eleitor (PINTO; MORAES, 2020).

De acordo com Pinto e Moraes (2020, p. 81) as empresas de *marketing* político “deturpam a democracia utilizando de sua máxima da liberdade de expressão para construir uma retórica sobre a realidade, que tem por único objetivo manipular a opinião dos cidadãos”. Como resultado, o cidadão é transformado em um fantoche conduzido por informações falsas, ou forjadas de acordo com o perfil de cada um, de modo que a sua escolha de voto resta viciada pela manipulação das informações, inviabilizando o processo eleitoral legítimo.

4 Perspectiva futura e possíveis soluções

Há grande controvérsia no modo de enfrentamento da manipulação da propaganda política, especialmente da desinformação, pois alguns entendem que a sua punição e proibição é necessária para proteger a democracia, a qual se encontra ameaçada por essa prática. Em sentido oposto, outros consideram a criação de leis severas para combater a divulgação de *fake News* acabará, na verdade, gerando riscos à liberdade de expressão e, conseqüentemente, à democracia também (MENDONÇA, 2019).

De acordo com Gross (2018), essa distinção se verifica de acordo com a forma com que a liberdade de expressão é considerada dentro da democracia, se instrumental ou constitutiva. Na primeira corrente, a liberdade de expressão deve ser protegida somente enquanto instrumentaliza a democracia, garantindo o exercício do voto consciente e bem informado, mas a partir do momento que é manipuladora, enganosa e antiética, não deve ser protegida pois não mais dá ensejo ao voto livre e ao processo eleitoral soberano. Quanto à teoria constitutiva, a proteção à liberdade de expressão é mais ampla, resultando na proteção até mesmo de informações inverídicas, por considerar esse direito elemento essencial para a democracia, ainda que o discurso não agrade ou seja falso. Através dessa corrente, a manifestação do pensamento deve ser protegida, até mesmo quando esta estiver colocando em risco a formação do voto livre e consciente.⁸

Gross (2018) se filia a primeira corrente, a qual defende a necessidade de coibir as *fake News* a fim de garantir a liberdade de expressão, enquanto a manifestação do pensamento instrumentaliza o exercício do voto sem vícios e coações, porquanto as notícias falsas em nada contribuem para o debate político e a formação do voto bem informado, mas pelo contrário, atrapalham o alcance de ambos, devendo ser coibidas.

Todavia, o ordenamento jurídico e o sistema de justiça brasileiros parecem se aproximar mais da segunda corrente, no sentido de conceder primazia à proteção da liberdade de expressão como instituto necessário e basilar para formação e manutenção da democracia. Osório (2017) advoga inclusive que o conteúdo enganoso faz parte do direito à liberdade de expressão, pois esse não pressupõe verdade e justiça, sendo a livre manifestação do pensamento uma garantia da democracia. Os candidatos, partidos políticos e demais envolvidos na concorrência ao pleito, especialmente, precisam estar cientes dessa premissa, uma vez que a crítica é comum a esse cenário.

Reiterando esse ideal, o Supremo Tribunal Federal, em julgamento da ADPF 130/2009 (STF, Tribunal Pleno, Rel. Min. Ayres Britto, j. 30.04.2009, p. 06.11.2009), deixou de recepcionar a Lei de Imprensa e vedou a censura prévia em qualquer dos meios de comunicação. Deste modo, a Corte Suprema concluiu não ser recomendável se antever o abuso e, em nome de sua proibição, acabar inviabilizando o uso dos meios de comunicação.

Sendo assim, a formação da verdade e do debate público bem informado pressupõe a existência de informações inverídicas para permitir o acesso a todo tipo de informação, deixando ao cidadão a possibilidade de formar sua própria convicção. Ademais, a rejeição de leis e decisões que censurem ou determinem a retirada de informações falsas, por parte da teoria constitutiva, resta comprometida na dificuldade de distinguir a informação falsa da verdadeira. E mais, a punição da publicação de conteúdos considerados falsos pode gerar o “efeito silenciador”, através do qual jornalistas e cidadãos

8 Mendonça (2019) esclarece que ainda que a teoria constitutiva defenda a liberdade de expressão até mesmo de conteúdos inverídicos, isso não significa que não dê importância ao um debate público mais esclarecedor, e verdadeiramente embasado em estudos científicos e argumentos concretos.

em geral passam a se autocensurar e pensam duas vezes antes de divulgar alguma informação por receio da consequência que poderá vir do Estado (MENDONÇA, 2019).

O caminho da teoria instrumental seria o de impedir a chegada do conteúdo falso ao usuário, contudo esse objetivo gera o problema de criar um julgador da verdade, dentre os quais se destacam os provedores de conteúdo da internet ou o judiciário. As plataformas já possuem suas políticas internas em que fazem análises de conteúdo, podendo torná-los indisponíveis em caso de violação desses termos. No Brasil, essa responsabilidade é do judiciário, como se observa no art. 41, §2º, da Lei nº 9.504/97, que permite ao juiz tornar indisponível determinado conteúdo de propaganda eleitoral, vedada a censura prévia (SILVEIRA, 2020).

Jefferson Dias e Fabiano da Silva (2021, p. 47) corroboram a urgência da criação de legislação que enfrente o tema

Com efeito, a pesquisa realizada e os dados analisados induzem à conclusão de que necessário se faz proteger as redes sociais como verdadeiros espaços públicos democráticos que são, e isso deve ocorrer por meio de dois mecanismos: (i) desenvolvimento de tecnologias de detecção, compreensão e combate do uso de social de *bots*, inclusive pela Justiça Eleitoral, pois possuem potencial danoso tanto para as disputas políticas quanto para o debate público; (ii) a aprovação de lei específica que contemple essa realidade social, especialmente por conta das eleições de 2022 e pelo contexto da pandemia do novo coronavírus (COVID-19).

Contudo, como já assinalado, a divulgação de informações inverídicas e a manipulação de dados mostram-se bem sucedidas exatamente pela falta de informação do eleitor. Diante desse fato, Silveira (2020) propõe, inicialmente, um mercado aberto de ideias, em que a liberdade de expressão, de imprensa e de ciência engrandece o debate e garante a democracia. Para tanto, seria o caso de capacitar as pessoas com o poder de por si mesmas investigar a veracidade das informações, transferindo para elas o poder investigativo e não para a justiça.⁹

Diogo Rais (2018) resume que a principal forma de combate à desinformação deve ser munir o cidadão com o máximo de informação possível e não cercear a liberdade de expressão. Nesse sentido, algumas plataformas como o *facebook* e o *twitter* têm buscado estratégias, como a de sinalizar que determinado conteúdo foi questionado ou indicado como provavelmente enganoso ou manipulado e recomendar conteúdo ou outra publicação, que se contrapõem a ele, de modo que o usuário possa ter acesso às duas versões e formar sua própria convicção.

9 Segundo Farkas (2018), quando a propaganda disfarçada é bem executada, até mesmo a pessoa mais bem informada é incapaz de identificar sua origem e/ou sua falta de veracidade.

O Estado possui o papel de combater as estratégias que manipulam a propaganda política para além da sua função jurisdicional, no sentido de fomentar a educação e políticas públicas de educação, não no sentido de gerar desconfiança acerca de todo e qualquer conteúdo e muito menos para ensinar a verdade, ou definir a verdade, mas tão somente de alertar o eleitorado e aparelhá-lo com ferramentas e informações suficientes para viabilizar a formação do livre convencimento que culminará na escolha do voto e em um processo eleitoral legítimo (SILVEIRA, 2020).

Deve o Estado gerar a consciência e chamar atenção para importância de o cidadão dialogar com a informação que é lhe é apresentada, de modo a sempre questioná-la, debatê-la, e investigá-la, com base em mais informação e não simplesmente aceitá-la como verdade absoluta (SILVEIRA, 2020).

Entretanto, a solução através da educação é demorada, enquanto a solução do problema é urgente e demanda uma resposta do poder judiciário brasileiro. Esta deve vir com cautela e na análise do caso a caso, sob pena de colocar em risco a liberdade de expressão (MENDONÇA, 2019).

A razão pela qual os robôs, os disparos em massa, os perfis e notícias falsas, e a rapidez com as quais são compartilhadas na *internet* revela um contexto preocupante está no fato desses mecanismos se tornarem possíveis mecanismos de controle social. É preciso analisar se se trata de mera estratégia de propaganda eleitoral ou se está ingressando no âmbito da manipulação do pensamento do eleitorado, visando restringir e coibir o debate político e democrático para impossibilitar o acesso aos mais diversos discursos, violar o direito à informação e viciar todo o processo eleitoral que deve ser pautado em princípios democráticos, liberdade de expressão, eleições livres e justas, onde a coerção ainda que não expressa, mas sim, psicologicamente velada, não possui espaço. O voto conduzido ou manipulado retira a legitimidade dos representantes eleitos e conseqüentemente passaremos a nos submeter a um poder ilegítimo (DIAS; DA SILVA, 2021).

5 Considerações finais

Defendeu-se neste trabalho, com base na doutrina e na jurisprudência, a primazia da liberdade de expressão no ordenamento jurídico brasileiro, ao mesmo tempo em que se advoga que ela deve ser tomada como princípio do direito eleitoral.

Abordou-se a utilização de informações falsas ou manipulação de propaganda como estratégia de propaganda eleitoral, que não se apresenta como novidade em períodos eleitorais, mas que atualmente ganhou contornos assustadores, em virtude da internet, das redes sociais e das novas tecnologias, oportunidade em que se enfrentou os temas da desinformação, do uso de robôs para fins de propaganda eleitoral e do uso de algoritmos para a criação de perfil do eleitor.

Apresentou-se, a seguir, a perspectiva futura e possíveis soluções para o enfrentamento da manipulação da propaganda política, especialmente da desinformação.

Na verdade, a divulgação de informações inverídicas e a manipulação de dados mostram-se bem-sucedidas exatamente pela falta de informação do eleitor. Nesse contexto, é preciso garantir a liberdade de expressão, de imprensa, porquanto engrandece o debate e garante a democracia, mas ao mesmo tempo faz-se necessário capacitar as pessoas com o poder de por si mesmas investigar a veracidade das informações.

Resumindo, é impossível combater a desinformação sem municiar o cidadão com a mais ampla informação disponível, sendo completamente equivocado para atingir esse fim restringir ou até mesmo suprimir a liberdade de expressão. Exemplos nesta direção são os comportamentos do *facebook* e *twitter*, que sinalizam quando certo conteúdo foi questionado ou indicado como provavelmente enganoso ou manipulado e recomendam conteúdo ou outra publicação, que se contrapõem a ele, de modo que o usuário tenha acesso às duas versões e formar sua própria convicção.

Por outro lado, o papel do Estado no sentido combater as estratégias manipuladoras da propaganda política, para além da sua função jurisdicional, também é importante. Ele deve fomentar a educação e políticas públicas de educação tão somente no sentido de alertar o eleitorado e muni-lo com ferramentas e informações suficientes para viabilizar a formação do seu livre convencimento que redundará no seu voto em um processo eleitoral legítimo.

A solução através da educação demora, enquanto a resolução do problema faz-se premente, demandando por isso uma pronta resposta do poder judiciário brasileiro, a qual deve ser cautelosa e dada diante de cada problema prático, para não por em perigo o princípio eleitoral da primazia da liberdade de expressão.

O uso de robôs, disparos em massa, perfis e notícias falsas, e a rapidez com que elas são compartilhadas na *internet*, durante o processo eleitoral, revela um contexto preocupante, pois esses mecanismos se tornam possíveis mecanismos de controle social.

Diante desse contexto, é indispensável analisar, caso a caso, se tais meios se tratam de mera estratégia de propaganda eleitoral ou se visam a manipulação do pensamento do eleitorado para restringir e coibir o debate político e democrático e, com isso, impossibilitar o acesso às mais diferentes opiniões, violar o direito à informação e viciar todo o processo eleitoral, na medida em que o voto conduzido ou manipulado retira a legitimidade dos representantes eleitos e, conseqüentemente, leva à submissão a um poder ilegítimo.

Comprovado que o uso de robôs, disparos em massa, perfis e notícias falsas, durante o processo eleitoral, trata-se de manipulação do pensamento do eleitorado, tais práticas devem ser enfrentadas pelo judiciário de forma proporcional e/ou razoável e preferencialmente numa perspectiva preventiva, de forma a garantir o princípio eleitoral da primazia da liberdade de expressão.

Referências Bibliográficas

- ALEXY, Robert. *Teoria dos direitos fundamentais*. São Paulo: Malheiros Editores, 2008.
- BRAGA, Renê Moraes da Costa. A indústria das fake news e o discurso de ódio. In: PEREIRA, Rodolfo Viana (Org.). *Direitos políticos, liberdade de expressão e discurso de ódio*. Belo Horizonte: IDDE, 2018. p. 203-220.
- BRASIL. *Supremo Tribunal Federal*. Ação Direta De Inconstitucionalidade 4.451 Distrito Federal. Relator: Min. Alexandre de Moraes, 21 de junho de 2018. Disponível em: <https://redir.stf.jus.br/paginadorpub/paginador.jsp?docTP=TP&docID=749287337>.
- DAHL, Robert. *Um Prefácio à Teoria Democrática*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1989.
- DAHL, Robert. *Sobre Democracia*. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2001.
- DAHL, Robert. *Democracia e Seus Críticos*. São Paulo: Martins Fontes, 2012.
- DIAS, Jefferson A; DA SILVA, Fabiano F. Bots, fake news, fake faces, deepfakes e sua eventual influência no processo eleitoral democrático. *Revista da advocacia do poder legislativo*, 2021. Disponível em: https://revista.anpal.org.br/wp-content/uploads/2022/03/Artigo_02_Fabiano_Fernando_e_Jefferson_Aparecido-1.pdf
- DOURADO, Tatiana; GOMES, Wilson. *O que são, afinal, fake news, enquanto fenômeno de comunicação política?* 2019.
- FARIAS, Edilsom. *Liberdade de Expressão e comunicação: Teoria e proteção constitucional*. Florianópolis. 2001. Disponível em: <https://core.ac.uk/download/pdf/30360546.pdf>.
- FARKAS, Johan. *Disguised Propaganda on Social Media: Addressing Democratic Dangers And Solutions*. 2018.
- FERREIRA, Marcel C; MATOSO, Mariana C. Fake News e o comportamento de manada: a influência social para a aceitabilidade do conteúdo falso. *Revista Research, Society and Development*, 2022.
- FONSECA, Reynaldo S. da; RODRIGUES, Matheus V. A. Para além do judiciário: o controle judicial da fake News no processo democrático eleitoral. *Revista Direito UNB*, v. 03, n. 01, 2019.
- GOMES, José Jairo. *Direito Eleitoral*. 16. ed. São Paulo: Atlas, 2020.
- 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.
- HORNUNG, Gerrit; SCHNABEL, Christoph. Data protection in Germany I: The population census decision and the right to informational self-determination. *Computer Law & Security Report*, v. 25, 1. ed. p. 84-88, 2009.
- KEEN, Andrew. *O culto do Amador: como blogs, MySpace, Youtube e a pirataria digital estão destruindo nossa economia, cultura e valores*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editora, 2009.

MENDONÇA, Naiane. 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.

MILL, John Stuart. *Sobre a Liberdade*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2011. Disponível em: <https://efabiopablo.files.wordpress.com/2017/02/sobre-a-liberdade-col-saraiva-de-bolso.pdf>

OSÓRIO, Aline. *Direito Eleitoral e Liberdade de expressão*. Belo horizonte: Fórum, 2017.

PINTO, Danielle J. A; MORAES, Isabela. As mídias digitais como ferramentas de manipulação de processos eleitorais democráticos: uma análise do caso Brexit. *Revista de Estudos Sociais*, 2020.

RAIS, Diogo. *Fake News e eleições*. [Entrevista cedida a] Pedro Canário. *Conjur*, São Paulo, 12 ago. 2018. Disponível em: <https://www.conjur.com.br/2018-ago-12/entrevista-diogo-rais-professor-direito-eleitoral>.

RUFINO, Fernanda; FACHIN, Zulmar. Liberdade de manifestação do Pensamento: uma análise à luz do pensamento do STF. *Revista do Instituto de Direito Constitucional e Cidadania – IDCC*, Londrina, v. 4, n. 1, p 224-238, ago, 2019. Disponível em: https://faculdadeslondrina.com.br/ojs/index.php/revistaidcc/article/view/45/pdf_43

SANTOS, Andréia. *O impacto do big data e dos algoritmos nas campanhas eleitorais*. 2017. Disponível em: <https://itsrio.org/wp-content/uploads/2017/03/Andreia-Santos-V-revisado.pdf>

SILVEIRA, Marilda de Paula. New technologies and elections: should the state play Any role in combating misinformation? *Populus Revista Jurídica da Escola judiciária Eleitoral da Bahia*, n. 8, jun. 2020.

SOLOVE, Daniel. “I’ve got nothing to hide” and other misunderstandings of privacy. Harvard University Press. Cambridge, n. 420. Maio, 2008. Disponível em http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=998565. Acesso em: 24 jan. 2015.

SUNSTEIN, Cass. 2009. *Going to Extremes: How like Minds Unite and Divide*. Nova York: *Oxford University Press*.

WATSON, Hugh J. Tutorial: Big Data Analytics: Concepts, Technologies, and Applications. *Communications of the Association for Information Systems*: V. 34, n. 65. 2014. Disponível em: <http://aisel.aisnet.org/cais/vol34/iss1/65>.