

PROPAGANDA ELEITORAL NA ERA DIGITAL
ELECTORAL PROPAGANDA IN THE DIGITAL ERA

Ellen Menegaz¹
Gabriel Zanatta Tocchetto²
Salete Oro Boff³

RESUMO

Trabalho que desenvolve a possibilidade do fenômeno das *fake news* se apresentar como um obstáculo à legitimidade dos processos de votação. Com o objetivo de analisar o fenômeno de forma a contribuir para a relevância do assunto nas eleições brasileiras de 2018. O estudo é realizado por meio de pesquisa bibliográfica e faz o uso do método indutivo, o texto desenvolve de forma que o primeiro capítulo trabalha a situação do Brasil no combate às *fake news* e, em seguida, o segundo capítulo analisa as *fake news* e o mundo nos últimos anos. Assim, o trabalho conclui que as *fake news* se apresentam como um problema para a legitimidade dos processos de votação, de acordo com o desenvolvimento do texto.

Palavras-Chave: *Fake news*; legitimidade; Brasil.

ABSTRACT

Text which develops the possibility of the fake news phenomenon presenting itself as an obstacle to the legitimacy of the voting processes. With the objective of analyzing the phenomenon in order to contribute to the relevance of the subject in the Brazilian elections of 2018. The study is carried out through a bibliographical research and makes use of the inductive method, the text develops itself in a way that the first

¹ Graduanda em Direito pela Faculdade Meridional Imed. Estagiária do cartório da vara única da Comarca de Tapejara-RS. E-mail: menegazellen@gmail.com.

² Mestrando em Direito pela Faculdade Meridional Imed. Bolsista CAPES/FAPERGS. Advogado. Bacharel em Direito pela Faculdade Meridional Imed. Pesquisador do projeto “A Proteção Jurídica da Inovação Aberta em Novas Tecnologias: Desafios de Gestão para os NITs”. E-mail: gztocchetto@gmail.com.

³ Pós-Doutora-UFSC. Doutora-UNISINOS. Professora do PPGDireito Mestrado Direito da IMED. Professora do Faculdade CNEC Santo Ângelo. Professora da UFFS - Universidade Federal da Fronteira Sul. Linha de Pesquisa “Efetividade do direito, da democracia e da sustentabilidade”. Grupo de Pesquisa CNPq “Direitos, Novas tecnologias e Desenvolvimento. Email: salete.oro.boff@gmail.com.

chapter works Brazil's situation in fighting fake news, and then the second chapter looks at fake news and the world in recent years. Thus, the paper concludes that fake news, as a phenomena, present itself as a problem for the legitimacy of voting processes, according to the development of the text.

Keywords: Fake news; legitimacy; Brazil.

INTRODUÇÃO

O presente trabalho, por meio da pesquisa bibliográfica e fazendo uso do método indutivo, tem como problema de pesquisa-hipótese o seguinte: “Considerando que as informações tidas por eleitores são o conjunto de elementos que os leva a votar de determinada forma, é possível dizer que o fenômeno das fake news se apresenta como um obstáculo à legitimidade de processos de votação?”. O objetivo geral, é dissecar o elemento das fake news de forma a contribuir para o debate que será mais relevante do que é atualmente para o país nas eleições do ano de 2018.

A propaganda eleitoral brasileira, como consequência de sua duração⁴, apesar da carência em termos de informação, e pela maneira pela qual é tratada excedendo os limites da ética⁵, acaba tornando-se o principal elemento na decisão do voto. As campanhas eleitorais do ano de 2018 serão executadas de um modo diferente, consequência do fim do financiamento privado para as campanhas⁶. Temer sancionou um Orçamento de 2018 com previsão de R\$ 1,7 bilhões para fundo eleitoral. Se antes a principal fonte era a televisão, a vertente da propaganda eleitoral nos dias atuais está voltada para a internet.

Robôs⁷, criados para realizar tarefas automáticas, já atuam no novo modo de difusão das campanhas eleitorais, disseminando notícias falsas, propagando

⁴CALGARO, Fernanda. *Eleições 2018: veja como serão as regras eleitorais*. Disponível em: <<https://g1.globo.com/politica/eleicoes/2018/noticia/como-serao-as-regras-para-a-eleicao-de-2018.ghtml>>. Acesso em: 26 maio 2018

⁵ MEUS DICIONÁRIOS. *Conceito de ética*. Disponível em: <<https://www.meusdicionarios.com.br/etica>>. Acesso em: 28 maio 2018

⁶CHAGAS, Paulo Victor, *Temer sanciona Orçamento de 2018 com previsão de R\$ 1,7 bi para fundo eleitoral*. Disponível em: <<http://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2018-01/temer-sanciona-orcamento-de-2018-com-previsao-de-r-17-bi-para-fundo>>. Acesso em: 30 maio 2018

⁷ VELASCO, Clara; DOMINGOS, Gomes. *O que é um robô na web e como ele pode influenciar o debate nas redes? Especialistas explicam*. Disponível em:

determinados pontos de vista, robôs já tentaram influenciar o resultado das eleições em 17 países⁸. Os “bots” são os novos cabos eleitorais⁹, que inundam a rede de informações, independentemente da veracidade delas, sobre um determinado assunto, de modo que convença o eleitor. Hoje existem agências de marketing políticas que são especializadas em dominância informativa usando não só “bots” mas também técnicas de análise psicológica dessa forma, customizando as mensagens para cada eleitor. O impacto das notícias falsas é amplamente poderoso pela possibilidade de distribuí-las instantaneamente na rede e pela possibilidade de direcionar essas notícias para interlocutores individualizados¹⁰. A personalização de conteúdos é frequentemente exercida através de processos automatizados de decisão que determinam o público-alvo das informações, possibilitando, por exemplo, a conexão direta entre emissores de conteúdos e comunidades específicas de interesse, de forma a aumentar a frequência de engajamento dos usuários com o provedor de aplicações.

Esse conjunto de tecnologias e processos sociais ditam hoje o ritmo das transformações sociais, culturais e políticas¹¹. É o caso da Cambridge Analytica, que atuou na campanha de Donald Trump nos Estados Unidos. A eleição de Donald Trump trouxe a nível global o debate sobre a relação entre notícias falsas na internet e a democracia. Com a eleição de 2018, o Brasil está à procura de alternativas regulatórias sobre o tema¹².

A proposta do presente artigo é analisar os limites da propaganda eleitoral e como a dominância informativa pode influenciar a sociedade. O trabalho apresenta questões que emergem no contexto da inter-relação entre a comunicação digital, a

<<https://g1.globo.com/economia/tecnologia/noticia/o-que-e-um-robo-na-web-e-como-ele-pode-influenciar-o-debate-nas-redes-especialistas-explicam.ghtml>>. Acesso em: 30 maio 2018.

⁸ GREG NEWS. *GREG NEWS com Gregório Duvivier | ROBÔS*. HBO Brasil, Youtube. 2018. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=DU5ANYfn-wc>>. Acesso em: 25 maio 2018

⁹ DICIONÁRIO INFORMAL. *Cabos eleitorais*. Disponível em: <<https://www.dicionarioinformal.com.br/cabos+eleitorais>>. Acesso em: 30 maio 2018.

¹⁰ Os exemplos das votações do Brexit e do Trump são os elementos que permitem trazer esse argumento ao presente trabalho, não pelo resultado das respectivas votações, mas pelo poder que a disseminação de fake news, ao menos aparentemente, tinha em termos de representar o que era tido como informação nos episódios.

¹¹ LEMOS, A; LÈVY, P., *O futuro da internet*. em direção a uma ciberdemocracia planetária. São Paulo: Paulus, 2010.

¹² BRASIL, TSE. *Especialistas debatem fake news, mídia, eleições e redes sociais durante seminário no TSE*. Portal da Justiça Eleitoral disponível em: <<http://www.tse.jus.br/imprensa/noticias-tse/2017/Dezembro/especialistas-de-diferentes-setores-da-sociedade-debtem-fake-news-midia-eleicoes-e-redes-sociais-durante-seminario-no-tse>>. Acesso em: 27 mai 2018.

vida social e política da perspectiva das mídias, procurando entender de que maneira as tecnologias afetam nas decisões eleitorais.

1 BRASIL NO COMBATE ÀS FAKE NEWS

O Tribunal Superior Eleitoral (TSE) criou um grupo de trabalho para combater a disseminação de *fake news* nas eleições de 2018, junto do Ministério da Defesa, da Polícia Federal, do Comitê Gestor da Internet (CGI) e da Agência Nacional de Inteligência Brasileira (ABIN)¹³. A estratégia de disseminação de *fake news* já foi utilizada em eleições brasileiras, e será utilizada nas eleições de 2018.

Torreta, marqueteiro membro da Cambridge Analytica, empresa que se vangloria pela eleição de Donald Trump, afirma "estou te enganando? Não, estou apenas entregando o que você quer ver", avalia essa prática como "possível, no limite da ética"¹⁴.

O TSE, em dezembro de 2017, editou 10 resoluções sobre regras das Eleições Gerais de 2018, segundo o ministro Luiz Fux, a Corte atuará preventivamente contra as *fake news* e instrumentos similares assim que souberem que existam "empresas já preparando essas estratégias nocivas" atuando "através de medidas cautelares cabíveis e encartadas no nosso poder de polícia". De acordo com Gilmar Mendes, o Tribunal Superior Eleitoral espera "alguma situação concreta, e, à medida que tenhamos, vamos expedir resoluções normativas, discutindo também com os partidos."¹⁵ As resoluções regulamentam as regras da legislação em vigor e servem de balizas que candidatos, partidos, eleitores e juizes eleitorais devem seguir.

A propaganda eleitoral na internet com impulsionamento de conteúdos poderá ser realizada exclusivamente por partidos, candidatos ou coligações, sendo expressamente vedada a contratação de impulsionamento de conteúdo por pessoa natural. Segundo as referidas resoluções, não será admitida a veiculação de

¹³ BRASIL, TSE. *Grupos de Trabalho estudarão medidas de segurança para as Eleições 2018*. Disponível em: <http://www.tse.jus.br/imprensa/noticias-tse/2017/Outubro/grupos-de-trabalho-estudacao-medidas-de-seguranca-para-as-eleicoes-2018>. Acesso em: 26 mai 2018.

¹⁴ EL PAIS. *O marqueteiro brasileiro que importou o método da campanha de Trump para usar em 2018*. Disponível em: https://brasil.elpais.com/brasil/2017/10/11/politica/1507723607_646140.html. Acesso em: 25 mai 2018.

¹⁵ BRASIL, TSE. *Presidente do TSE discute internet e fake news com comissão eleitoral dos EUA*. Disponível em: <http://www.tse.jus.br/imprensa/noticias-tse/2017/Dezembro/presidente-do-tse-discute-internet-e-fake-news-com-comissao-eleitoral-dos-eua>. Acesso em: 31 de maio de 2018.

conteúdos de cunho eleitoral por usuários falsos, nem a alteração de conteúdos gratuitamente ou através de impulsionamento que alterem repercussão de propaganda eleitoral própria ou de terceiros.

1.1 COMO DISTINGUIR A MENTIRA DA VERDADE?

O fact-checking é uma checagem de fatos, isto é, um confronto de histórias com dados, pesquisas e registros. Se um político jura que nunca foi acusado de corrupção, há registros judiciais que irão atestar se é verdade. O fact-checking é uma forma de qualificar o debate público por meio da apuração jornalística. De checar qual é o grau de verdade das informações. A Agência Pública¹⁶ mantém um projeto de *fact-checking*, o Truco, desde 2014, com o objetivo de verificar frases de políticos e personalidades. Com isso, qualifica-se o debate público e aprimora-se a democracia¹⁷.

O Truco, projeto de *fact-checking* da Agência Pública, verificou quatro frases sobre a campanha contra o regime semiaberto usadas em um vídeo gravado por Kim Kataguirí, coordenador e um dos líderes do MBL, onde o mesmo afirma que as leis brasileiras “punem o trabalhador honesto e beneficiam os bandidos”, uma vez que “o condenado cumpre apenas um sexto da pena e já está livre para voltar a cometer crimes”. O MBL diz ainda que 70% dos presos pela polícia são reincidentes. A Agência Pública entrou em contato com a organização para solicitar as fontes dos dados usados. O MBL recusou-se a responder. Em vez disso, enviou um e-mail e publicou um post com acusações falsas e a imagem de um pênis, acompanhada da frase “Check this!” (Cheque isto!)¹⁸. Em decorrência da disseminação do vídeo, o Projeto de Lei (PL) 3.174/2015¹⁹, está em tramitação na Câmara, com o intuito de acabar com o regime semiaberto.

¹⁶ A Agência Pública de jornalismo investigativo procura, em todas as reportagens produzir uma rigorosa apuração dos fatos e têm como princípio a defesa intransigente dos direitos humanos. Disponível em: <<https://apublica.org/quem-somos/>>. Acesso em: 24 maio 2018

¹⁷ FONSECA, Bruno. *O que é fact-checking?*. Agência Pública. Disponível em: <<https://apublica.org/2017/06/truco-o-que-e-fact-checking/>>. Acesso em: 29 maio 2018

¹⁸ FIGUEIREDO, Patrícia; MORAES, Maurício. Agência Pública. *Checamos o que o MBL diz sobre regime semiaberto*. Disponível em: <<https://apublica.org/2017/06/truco-checemos-o-que-o-mbl-diz-sobre-regime-semiaberto/>>. Acesso em 29 maio 2018

¹⁹ BRASIL, Câmara dos Deputados. *Projeto de Lei PL 3.174/2015*. Estabelece o regime fechado e aberto para cumprimento da pena privativa de liberdade, altera as condições do livramento condicional e do cumprimento de pena no regime aberto. Extingue o regime semiaberto. Disponível

2 FAKE NEWS E O MUNDO, NOS ÚLTIMOS ANOS

Com o aumento da influência das redes no mundo inteiro, muitas pessoas estão tomando decisões fundamentais com base em mentiras. Como exemplificado por Charlie Brooker, criador da série *Black Mirror*, ao tratar da disseminação de notícias falsas no contexto da eleição americana:

Essas fake news eram infinitamente melhores que notícias normais, quero dizer, se você me disser que a Hillary Clinton tem sido um pouco hipócrita sobre o acordo comercial de Parceria Transpacífico, eu nem ouviria até o final da frase, de tão entediante, só ficaria olhando pros seus dentes e lhe julgando. Mas se você disser que ela faz parte de um círculo de pedofilia baseado em um restaurante que vende pizzas, eu lembrarei disso pra sempre.²⁰

Nos Estados Unidos, Donald Trump derrubou todas as previsões ao ser eleito presidente. Contrariado dentro de seu próprio partido, virou o jogo contra a democrata Hillary Clinton nos seus últimos dias de campanha. Um dos responsáveis por essa virada foi a Cambridge Analytica, que definitivamente produziu a propaganda eleitoral do republicano²¹.

Perfis falsos foram usados para tentar influenciar as eleições americanas em 2016, que representa uma crescente preocupação no mundo ao lado das notícias falsas, facilmente compartilhadas nas redes, e também do papel da propaganda direcionada nas redes sociais, mecanismo que teria sido usado por russos nas eleições dos EUA. O Facebook declarou ter desativado 470 contas e páginas "provavelmente operadas da Rússia", que publicavam conteúdo que visava causar maior divisão nacional em tópicos como direitos LGBT, questões raciais e de imigração²².

O trabalho da Cambridge Analytica consiste em utilizar informações dos usuários de internet para impulsionar comportamentos e atitudes ou seja, o voto a

em <<http://www.camara.gov.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=1806270>>. Acesso em 2 jun. 2018.

²⁰ BROOKER, Charlie. *Charlie Brooker's 2016 Wipe HD CC (29th December 2016)*. Youtube 2017. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=VJ9CoXLbQc>>. Acesso em: 29 maio 2018.

²¹ FLORES, Paulo. *O que a Cambridge Analytica que ajudou a eleger Trump quer fazer no Brasil*, Jornal Online 2017. Nexo Jornal. Disponível em: <<https://www.nexojornal.com.br/expresso/2017/12/08/O-que-a-Cambridge-Analytica-que-ajudou-a-eleger-Trump-quer-fazer-no-Brasil>>. Acesso em: 25 maio 2018.

²² GRAGNANI, Juliana. *Investigação revela exército de perfis falsos usados para influenciar eleições no Brasil*. BBC BRASIL. Disponível em: <<http://www.bbc.com/portuguese/brasil-42172146>>. Acesso em: 24 maio 2018.

favor de determinado candidato. O trabalho da empresa é realizado em três etapas: psicologia comportamental, análise de *big data*²³ e segmentação de anúncio, o que, ele afirma, teria possibilitado mapear as personalidades de toda a população adulta dos Estados Unidos. Uma longa reportagem sobre a atuação da Cambridge Analytica na campanha de Donald Trump à presidência do país publicada pela revista eletrônica Vice explica de que modo a empresa criou estes conteúdos altamente direcionados:

Primeiro, a Cambridge Analytica compra dados pessoais de uma gama de diferentes fontes, como registros de propriedade, dados de automóveis, dado de compras, cartões de bônus, filiações a clubes, revistas que são lidas, igrejas frequentadas. [...] Então, a Cambridge Analytica agrega esses dados com as listas de eleitores do Partido Republicano e com dados da internet e calcula perfis de personalidade “Big Five”. As pegadas digitais tornam-se, assim, pessoas reais, com medos, necessidades, interesses e endereços residenciais.²⁴

Críticos da campanha presidencial de Donald Trump reclamam com frequência sobre a forma como a mídia divulgou sua candidatura. Não é apenas a cobertura incessante que os irrita. É a falta percebida de checagem de fatos.

The Huffington Post designou cinco repórteres para investigar uma transcrição de aproximadamente 12 mil palavras do evento da prefeitura de Trump na CNN. “Levamos horas, mas ao todo, encontramos 71 casos separados em que Trump fez uma afirmação que era imprecisa, enganosa ou profundamente questionável”. Isso é basicamente uma falsidade a cada 169 palavras, ou 1,16 falsidades a cada minuto.²⁵

Trump fez afirmações estranhas e duvidosas com pouca conexão com a verdade. Argumentam os críticos: ele [Trump] flutua em um estado perpétuo de irreabilidade, ele faz tantas declarações de uma forma tão rápida e contínua que se torna praticamente impossível acompanhar²⁶.

²³ Wikipédia. *Big data*. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Big_data>. Acesso em: 28 maio 2018

²⁴ GRASSEGER, Hannes; KROGERUS, Mikael *apud* CALDEIRA, João Paulo. *A manipulação da democracia através do Big Data*, por Hannes Grassegger e Mikael Krogerus. Jornal GGN. Disponível em: <<https://jornalggn.com.br/noticia/a-manipulacao-da-democracia-atraves-do-big-data-por-hannes-grassegger-e-mikael-krogerus>>. Acesso em: 27 maio 2018.

²⁵ LIEBELSON, Dana; BENDERY Jennifer; STEIN Sam. *Donald Trump mentiu 71 vezes em uma hora*. Huffington Post. Disponível em: <https://www.huffpostbrasil.com/entry/donald-trump-fact-check_us_56fc375fe4b0daf53aee9175>. Acesso em: 28 maio 2018.

²⁶ LIEBELSON, Dana; BENDERY Jennifer; STEIN Sam. *Donald Trump mentiu 71 vezes em uma hora*. Huffington Post. Disponível em: <https://www.huffpostbrasil.com/entry/donald-trump-fact-check_us_56fc375fe4b0daf53aee9175>. Acesso em: 28 maio 2018.

2.1 ROBÔS E A DOMINÂNCIA INFORMATIVA

No ano de 2012, segundo os entrevistados pela BBC Brasil²⁷, o empresário carioca Eduardo Trevisan, proprietário da Facemedia, registrada como Face Comunicação OnLine Ltda, teria mobilizado um exército de perfis falsos, contratando até 40 pessoas espalhadas pelo Brasil que administrariam as contas para, sobretudo, atuar em campanhas políticas.

Segundo o Digital News Report²⁸ um estudo levantou as principais redes sociais utilizadas no Brasil e o uso destas para a obtenção de notícias. Cerca de 76% dos usuários brasileiros acessam regularmente o Facebook, 78% o Whatsapp, 77% o YouTube, 40% Instagram e 25% o Twitter. Para obtenção de notícias, 57% (-12) usam o Facebook, 46% (+7) o Whatsapp, 36% (-1) o YouTube, e 12% (+1) Instagram e (-1) Twitter. Dentre os países estudados, o Brasil é o segundo país que mais paga por notícias online (22%), e o antepenúltimo no uso de bloqueadores de propagandas, ou ad-blockers, com 17%, sendo que em celulares esse número chega a 8%.

A internet se expandiu mais rapidamente do que qualquer outro meio de comunicação, no mundo líquido, segundo Zygmunt Bauman²⁹, a sensação de segurança também é fluida, o grande problema quando em relação à privacidade, pode ser observado a partir de um trecho presente na obra *Vigilância Líquida* que diz:

[...] Nos dias de hoje, o que nos assusta não é tanto a possibilidade de traição ou violação da privacidade, mas o oposto, o fechamento das saídas. A área da privacidade transforma-se num lugar de encarceramento, sendo o dono do espaço privado condenado e sentenciado a padecer espiando os próprios erros; forçado a uma condição marcada pela ausência de ouvintes ávidos por extrair e remover os segredos que ocultam por trás das trincheiras da privacidade, por exibi-los publicamente e torná-los propriedade comum de todos, que todos desejam compartilhar.³⁰

²⁷ GRAGNANI, Juliana. *Investigação revela exército de perfis falsos usados para influenciar eleições no Brasil*. BBC BRASIL. Disponível em: <<http://www.bbc.com/portuguese/brasil-42172146>>. Acesso em: 24 maio 2018.

²⁸ CARRO, Rodrigo. *Digital News Report: Urban Brazil*. Disponível em:

<<http://www.digitalnewsreport.org/survey/2017/brazil-2017/>>. Acesso em: 28 maio 2018.

²⁹ CUNHA, Carolina. *Zygmunt Bauman: o pensamento do sociólogo da "modernidade líquida"*. UOL. Disponível em: <<https://vestibular.uol.com.br/resumo-das-disciplinas/atuais/zigmunt-bauman-o-pensamento-do-sociologo-da-modernidade-liquida.htm>>. Acesso em: 31 de maio de 2018.

³⁰ BAUMAN, Zygmunt. *Vigilância Líquida: Diálogos com David Lyon*. Traduzido por Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar, 2014.

O aumento da capacidade dos usuários de escolher ao que serão expostos na rede, e o aumento da capacidade do meio de controlar esse tipo de decisão, partir dos “rastros” deixados pelos usuários na rede³¹, é um fenômeno que contribui de maneira conjunta na distribuição de fake news.

CONCLUSÃO

O problema/hipótese foi respondido de forma positiva, visto que o trabalho abarcou suficiente material para concluir que as *fake news* são um problema para legitimidade das votações, nos termos do problema de pesquisa desenvolvido na introdução³².

O presente trabalho retratou o aumento da popularização de notícias falsas na internet, buscando alertar o usuário das redes sociais a verificar as fontes das notícias, utilizando, por exemplo, ferramentas como o *fact-checking*, para que desse modo, o problema de disseminação das *fake news* seja amenizado.

Visto que, no ambiente das redes sociais, as pessoas cedem seus dados, mesmo sem saberem que o fazem, em troca da diversão proporcionada por aplicativos. Com isso, acabamos nos submetendo a controles que não enxergamos e que, na maioria das vezes, nem sabemos que existem.

REFERÊNCIAS

AGÊNCIA PÚBLICA. *Quem somos*. Disponível em: <<https://apublica.org/quem-somos/>>. Acesso em: 24 maio 2018.

BAUMAN, Zygmunt. *Vigilância Líquida: Diálogos com David Lyon*. Traduzido por Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar, 2014.

BRASIL, Câmara dos Deputados. *Projeto de Lei PL 3.174/2015*. Estabelece o regime fechado e aberto para cumprimento da pena privativa de liberdade, altera as condições do livramento condicional e do cumprimento de pena no regime aberto. Extingue o regime semiaberto. Disponível em <<http://www.camara.gov.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=1806270>>. Acesso em 2 jun. 2018.

³¹ A *big data* constrói algo que pode ser tido como “identidade do usuário”, o que permite que a personalização do conteúdo que chegue até ele seja, com o passar do tempo, cada vez mais precisa.

³² Considerando que as informações tidas por eleitores são o conjunto de elementos que os leva a votar de determinada forma, é possível dizer que o fenômeno das fake news se apresenta como um obstáculo à legitimidade de processos de votação?

_____, TSE. Especialistas debatem fake news, mídia, eleições e redes sociais durante seminário no TSE. Portal da Justiça Eleitoral disponível em: <<http://www.tse.jus.br/imprensa/noticias-tse/2017/Dezembro/especialistas-de-diferentes-setores-da-sociedade-debtem-fake-news-midia-eleicoes-e-redes-sociais-durante-seminario-no-tse>>. Acesso em: 27 mai 2018.

_____, TSE. Grupos de Trabalho estudarão medidas de segurança para as Eleições 2018. Disponível em: <<http://www.tse.jus.br/imprensa/noticias-tse/2017/Outubro/grupos-de-trabalho-estudarao-medidas-de-seguranca-para-as-eleicoes-2018>>. Acesso em: 26 mai 2018.

_____, TSE. Presidente do TSE discute internet e fake news com comissão eleitoral dos EUA. Disponível em: <<http://www.tse.jus.br/imprensa/noticias-tse/2017/Dezembro/presidente-do-tse-discute-internet-e-fake-news-com-comissao-eleitoral-dos-eua>>. Acesso em: 31 de maio de 2018.

BROOKER, Charlie. *Charlie Brooker's 2016 Wipe HD CC (29th December 2016)*. Youtube 2017. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=VJ9CoXLbQc>>. Acesso em: 29 maio 2018.

CALGARO, Fernanda. *Eleições 2018: veja como serão as regras eleitorais*. Disponível em: <<https://g1.globo.com/politica/eleicoes/2018/noticia/como-serao-as-regras-para-a-eleicao-de-2018.ghtml>>. Acesso em: 26 maio 2018

CARRO, Rodrigo. *Digital News Report: Urban Brazil*. Disponível em: <<http://www.digitalnewsreport.org/survey/2017/brazil-2017/>>. Acesso em: 28 maio 2018.

CHAGAS, Paulo Victor, *Temer sanciona Orçamento de 2018 com previsão de R\$ 1,7 bi para fundo eleitoral*. Disponível em: <<http://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2018-01/temer-sanciona-orcamento-de-2018-com-previsao-de-r-17-bi-para-fundo>>. Acesso em: 30 maio 2018.

CUNHA, Carolina. *Zygmunt Bauman: o pensamento do sociólogo da "modernidade líquida"*. UOL. Disponível em: <<https://vestibular.uol.com.br/resumo-das-disciplinas/atualidades/zygmunt-bauman-o-pensamento-do-sociologo-da-modernidade-liquida.htm>>. Acesso em: 31 de maio de 2018.

DICIONÁRIO INFORMAL. *Cabos eleitorais*. Disponível em: <<https://www.dicionarioinformal.com.br/cabos+eleitorais>>. Acesso em: 30 maio 2018.

EL PAIS. *O marqueteiro brasileiro que importou o método da campanha de Trump para usar em 2018*. Disponível em: <https://brasil.elpais.com/brasil/2017/10/11/politica/1507723607_646140.html>. Acesso em: 25 mai 2018.

FIGUEIREDO, Patrícia; MORAES, Maurício. *Checamos o que o MBL diz sobre regime semiaberto*. Agência Pública. Disponível em: <<https://apublica.org/2017/06/truco-checamos-o-que-o-mbl-diz-sobre-regime-semiaberto/>>. Acesso em: 29 maio 2018.

FLORES, Paulo. *O que a Cambridge Analytica que ajudou a eleger Trump quer fazer no Brasil*, Jornal Online 2017. Nexo Jornal. Disponível em: <<https://www.nexojornal.com.br/expresso/2017/12/08/O-que-a-Cambridge-Analytica-que-ajudou-a-eleger-Trump-quer-fazer-no-Brasil>>. Acesso em: 25 maio 2018.

FONSECA, Bruno. Agência Pública: *O que é fact-checking?*. Disponível em: <<https://apublica.org/2017/06/truco-o-que-e-fact-checking/>>. Acesso em: 29 maio 2018.

GREG NEWS. *GREG NEWS com Gregório Duvivier | ROBÔS*. HBO Brasil, Youtube. 2018. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=DU5ANYfn-wc>>. Acesso em: 25 maio 2018

GRAGNANI, Juliana. *Investigação revela exército de perfis falsos usados para influenciar eleições no Brasil*. BBC BRASIL. Disponível em: <<http://www.bbc.com/portuguese/brasil-42172146>>. Acesso em: 24 maio 2018.

GRASSEGGER, Hannes; KROGERUS, Mikael *apud* CALDEIRA, João Paulo. A manipulação da democracia através do Big Data, por Hannes Grassegger e Mikael Krogerus. Jornal GGN. Disponível em: <<https://jornalggn.com.br/noticia/a-manipulacao-da-democracia-atraves-do-big-data-por-hannes-grassegger-e-mikael-krogerus>>. Acesso em: 27 maio 2018.

LEMONS, A; LÉVY, P., *O futuro da internet: em direção a uma ciber democracia planetária*. São Paulo: Paulus, 2010.

LIEBELSON, Dana; BENDERY Jennifer; STEIN Sam. *Donald Trump mentiu 71 vezes em uma hora*. Huffington Post. Disponível em: <https://www.huffpostbrasil.com/entry/donald-trump-fact-check_us_56fc375fe4b0daf53aee9175>. Acesso em: 28 maio 2018.

MEUS DICIONÁRIOS. *Conceito de ética*. Disponível em: <<https://www.meusdicionarios.com.br/etica>>. Acesso em: 28 maio 2018.

VELASCO, Clara; DOMINGOS, Gomes. *O que é um robô na web e como ele pode influenciar o debate nas redes? Especialistas explicam*. Disponível em: <<https://g1.globo.com/economia/tecnologia/noticia/o-que-e-um-robo-na-web-e-como-ele-pode-influenciar-o-debate-nas-redes-especialistas-explicam.ghtml>>. Acesso em: 30 maio 2018.

WIKIPÉDIA. *Big data*. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Big_data>. Acesso em: 28 maio 2018.