

RELATO EXPLORATÓRIO
SUPER CICLO ELEITORAL

DESINFORMAÇÃO EM ELEIÇÕES

eComtextos

MARÇO / JULHO - 2024

DESINFORMAÇÃO EM ELEIÇÕES

RELATO EXPLORATÓRIO SUPER CICLO ELEITORAL

EDIÇÃO ESPECIAL - MARÇO / JULHO DE 2024



Conhecimento é inteligência para agir

ELABORAÇÃO, PESQUISA E PRODUÇÃO

Daniela Germann - DRT RS 5412/95

(48) 99104-5267

daniela@e-comtextos.com.br

Luciano Bitencourt - DRT SC 5442/95

(48) 99911-9447

luciano@e-comtextos.com.br



Acesse nosso site

Sumário

RELEVÂNCIA DA DEMOCRACIA E DOS FATOS	4
CONFIANÇA NA REPRESENTAÇÃO POLÍTICA	5
DEMOCRACIA E INTEGRIDADE DA INFORMAÇÃO	9
DIMENSÕES DA DESORDEM INFORMACIONAL.....	10
Liberdade de expressão e moderação de conteúdo.....	14
Evitar danos primeiro.....	16
Influência dos algoritmos e das plataformas	19
Produção artificial de informação.....	20
Desinformação como negócio	22
Queda no consumo de notícias.....	26
Checagem de fatos como estratégia	29
DEMOCRACIA E LIBERDADE DE IMPRENSA	32
RISCOS AO JORNALISMO E À POLÍTICA.....	33
Ameaças da vigilância cibernética	39
CENÁRIO DA COMUNICAÇÃO POLÍTICA	42
CONFLITOS E ENGAJAMENTO QUE DÃO LUCRO	43
Desafios e dilemas em ciclos eleitorais	46
FONTES PARA APROFUNDAR O DEBATE	49
BIBLIOGRAFIA, DADOS E FATOS SOBRE O TEMA	50
Artigos jornalísticos e entrevistas	53
Artigos especializados	61
Relatórios.....	68
Trabalhos acadêmicos.....	70
Livros.....	74
Leis e normatizações	75

RELEVÂNCIA DA DEMOCRACIA E DOS FATOS

CONFIANÇA NA REPRESENTAÇÃO POLÍTICA

“Deveríamos certamente nos preocupar com as pessoas (incluindo jornalistas) que divulgam informações erradas sem se aperceberem, mas ainda mais preocupantes são as campanhas sistemáticas para divulgar informações que se sabe serem falsas”

Claire Wardle - professora e pesquisadora

É COMPLICADO TRATAR DA DESINFORMAÇÃO como objeto de análise. Claire Wardle, professora e pesquisadora britânica, alertava há quase uma década ao publicar, com o jornalista Hussein Derakhshan, o significativo estudo *“Desordem Informacional: para um Quadro Interdisciplinar de Investigação e Elaboração de Políticas Públicas”*. À época, falávamos de *fake news* como se toda a complexidade desse fenômeno se resumisse à irrelevância dos fatos diante de crenças sem base em evidências.

Tem a ver, claro! Mas o problema é bem mais amplo e requer a colaboração e o conhecimento de diferentes áreas para avaliar seus impactos. Por isso a **e-Contextos** resolveu compilar análises especializadas, apurar interpretações relevantes para organizar informações que ajudam a tomar decisões e agir com base em fatos e evidências a respeito do fenômeno da desinformação, de olho especialmente no processo eleitoral.

Neste ano, parte significativa da população mundial está indo às urnas (só no Brasil são quase 156 milhões de eleitores), enquanto enfrenta um tipo de propaganda política elaborada com recursos tecnológicos e estratégias sofisticadas de propagação. Há também o fato de as violações de direitos democráticos estarem aumentando significativamente.

É um cenário no qual a criação especializada de conteúdo concorre com o acesso facilitado de eleitores-militantes a meios de produção, disseminação e consumo personalizado de anúncios políticos. Ao mesmo tempo, as campanhas políticas têm pautado suas estratégias em ataques a adversários e no mapeamento de medos, desejos e ambições do eleitorado.

Este relato exploratório visa analisar o super ciclo eleitoral deste ano como um evento político no qual a propagação de narrativas, notadamente as inverídicas, afeta o dia a dia das pessoas. Mesmo

quem não se envolve com questões eleitorais sofre os impactos da desinformação e de narrativas hostis ao convívio social.

Estudos acadêmicos, relatórios especializados e produções jornalísticas alimentam as primeiras reflexões da **e-Contextos** expressas neste relato. Para aprofundar o tema a partir dos pontos de vista considerados, um amplo conjunto de fontes está relacionado na seção *Fontes para Aprofundar o Debate*, mostrando em que bases os argumentos estão ancorados.

Iniciamos aqui uma jornada de produção em busca de respostas para o aumento da desconfiança nos processos e nas instituições democráticas. É o primeiro passo da nossa metodologia de trabalho, mais introspectivo, de pesquisa e análise, para discernir quais argumentos são mais relevantes em nossa busca, que hipóteses seguir na apuração e o que se tem de fatos a respeito da relação entre desinformação e eleições.

Por trás dos argumentos nesta exploração de percepções e conceitos está o **propósito de ajudar na compreensão de como os ambientes democráticos são influenciados por campanhas estruturadas e financiadas para gerar dúvidas e desconfiança** sobre a importância da representação política no debate público e nas decisões que fortalecem a cidadania.

Este relato está dividido em três grandes blocos. No primeiro, tratamos da relação entre a *Democracia e a integridade da informação*, com enfoque na liberdade de expressão, nos desafios para a moderação de conteúdo, a influência dos algoritmos e das plataformas, e o descrédito nas instituições e nas notícias. Também relacionamos a *Democracia e a liberdade de imprensa*, especialmente no que diz respeito aos dilemas enfrentados pelo trabalho jornalístico diante das inúmeras formas de censura no ambiente digital.

RELEVÂNCIA DA DEMOCRACIA E DOS FATOS

Por fim, analisamos o *cenário da comunicação política* e apresentamos nossas percepções para reforçar pontos que consideramos relevantes e indicar passos seguintes na tentativa de compreender os efeitos da desinformação em processos eleitorais.

As reflexões trazidas aqui podem ser complementadas e atualizadas no **Observatório Filtros de Confiança na Informação**, disponível no **Substack**, e pela nossa newsletter **Desinformação em Pauta**, no LinkedIn.

Daniela Germann e Luciano Bitencourt,

Julho de 2024.

DEMOCRACIA E INTEGRIDADE DA INFORMAÇÃO

DIMENSÕES DA DESORDEM INFORMACIONAL

“Desinformação, polarização e ideias radicais sempre existiram. Mas algumas plataformas digitais têm capacidade de aumentá-las exponencialmente, em frações de segundos, provocando efeitos nunca vistos antes”

Nancy Hernández López - jurista

MESMO QUE AS CRÍTICAS TENHAM SE INTENSIFICADO nos últimos anos, a Democracia Representativa ainda é considerada uma forma ideal de governança política. Pelo menos é o que mostra um levantamento da Pew Research Center feito em 24 países ocidentais em 2023, incluindo o Brasil.

Segundo o relatório, há uma crise relacionada ao funcionamento das instâncias de poder e a atuação dos representantes eleitos. Para os entrevistados, o funcionamento das instituições democráticas é insuficiente (59%), os governos eleitos não se importam com o que as pessoas pensam (74%) e nenhum partido político representa as opiniões dos eleitores (43%).

Parte significativa das quase 30 mil pessoas ouvidas entende que essa crise também está relacionada com a ausência de um número adequado de mulheres, jovens e representantes de grupos minoritários nos espaços de poder. Portanto, as decisões dos governantes não atendem às diferentes possibilidades de interpretar os problemas e encontrar soluções pela falta de diversidade na elaboração de políticas públicas.

Em síntese, **dá para deduzir do levantamento que a crise da Democracia, mesmo percebida de forma diferente em cada país, tem relação mais estreita com a qualidade da representação política.**

A fragmentação de interesses e a disputa polarizada de valores, ideais e crenças em bolhas orientadas por critérios econômicos, culturais e ideológicos muito particulares fragilizam o sistema.

Dúvidas sobre a lisura e a legitimidade dos processos eleitorais são a ponta do iceberg na recorrente desconfiança da representação política e do papel das instituições para a Democracia. Entender o tamanho dos imensos blocos conspiratórios nesse oceano digital exige fôlego para um mergulho no qual não se sabe ainda a que

profundidade chegar.

Este cenário apresenta um desafio significativo para a integridade da informação. Segundo as Nações Unidas, a integridade aqui “refere-se à precisão, consistência e confiabilidade da informação” em um ambiente poluído por todo o tipo de narrativa amparada por recursos tecnológicos e efeitos psicológicos bastante sofisticados e popularizados.

Tecnologias baratas e acessíveis estão transformando a vida pública. O consumo de informações é em grande medida gratuito, mas dependente de plataformas e serviços automatizados por algoritmos

**Desinformação,
informação falsa e
discurso de ódio não são
sinônimos para a ONU**

especializados na análise de comportamentos em redes digitais para nos fazer recomendações, inclusive político-eleitorais.

Há uma infinidade de tipos de conteúdo, técnicas e estratégias de produção e propagação de informações, com uma ampla variedade de interesses e motivações. São também inúmeras as plataformas por onde as informações circulam, em escala global e em tempo real. **Notícias, rumores, fofocas e opiniões se misturam e se confundem. Terreno fértil para a desinformação.**

Não há consenso sobre conceitos, características e impactos da desinformação no dia a dia das pessoas. Este relato exploratório adota as orientações das Nações Unidas por oferecerem as nuances necessárias para diferenciar as intenções e os papéis dos vários atores na disseminação de mentiras, falsidades, equívocos e fraudes. Além disso, são suficientemente abrangentes para abarcar as peculiaridades dos diferentes estudos e interpretações especializadas.

A integridade da informação, conforme a concepção das Nações Unidas, vem sendo “ameaçada pela desinformação, pela informação falsa e pelo discurso de ódio”, três dimensões de um mesmo fenômeno. A desinformação é criada e produzida deliberadamente para enganar e propagada para causar danos. Diferente da informação falsa, que podemos interpretar também como imprecisa ou equivocada, “compartilhada de boa-fé” por quem acredita nela e não tem a intenção de prejudicar ninguém.

O discurso de ódio, por sua vez, depende de alguns fatores para se caracterizar: é fruto de manifestações registradas por escrito, em vídeos, áudios e em comportamentos autoritários, estruturadas em uma linguagem pejorativa e dirigidas a um ou mais fatores identitários, como cor, raça ou religião, por exemplo.

Por conta dessas diferenças conceituais entre desinformação, informação falsa e discurso de ódio é que **Claire Wardle sugere uma “desordem informacional” em um ecossistema complexo, onde criadores e produtores de desinformação se esforçam para disputar a atenção das pessoas, apelando para medos, angústias e crenças, muitas delas infundadas e de caráter conspiratório.**

O fato é que a desinformação distorce a realidade, confunde as pessoas, provoca incertezas, gera desconfiança e dificuldade para discernir entre o que é verdadeiro e o que é falso, alimenta preconceitos e polarizações, e impede o debate saudável sobre nossos problemas. No âmbito político, influenciar o comportamento dos eleitores, criar confusão e dúvida sobre o processo eleitoral, minar a confiança das instituições democráticas e polarizar a sociedade estão entre os objetivos analisados em campanhas de desinformação. Mas, seus impactos na definição do voto não são tão evidentes.

Liberdade de expressão e moderação de conteúdo

ARTICLE 19 É UMA ORGANIZAÇÃO INTERNACIONAL que produz anualmente o Relatório de Expressão Global, com base em 25 indicadores de liberdade. No mais recente, versão 2024, o levantamento constata que **mais da metade da população mundial enfrenta restrições para expressar opiniões, acessar informações qualificadas e participar de eleições livres.**

Falar de liberdade de expressão, entretanto, envolve discussões mais aprofundadas. É preciso considerar as diferentes interpretações jurídicas a respeito de como encará-la. Por exemplo: nos Estados Unidos, a jurisprudência é mais tolerante com manifestações que, inclusive, podem pôr a Democracia em risco. No Brasil, não.

Essas diferenças são amparadas por princípios destacados em instrumentos jurídicos reconhecidos internacionalmente, como a *Declaração Universal dos Direitos Humanos*, assinada em dezembro de 1948, e o *Pacto Internacional sobre Direitos Civis e Políticos*, assinado em dezembro de 1966 e adotado dez anos mais tarde.

Há dois aspectos relevantes nestes instrumentos: 1) a liberdade de expressão diz respeito ao direito de manifestação das opiniões, tanto quanto “de procurar, receber e transmitir informações e ideias por quaisquer meios”; e 2) não é um direito absoluto, uma vez que implica “deveres e responsabilidades especiais” e pode estar “sujeito a certas restrições”, desde que previstas em lei

para proteger outros direitos.

Os dispositivos internacionais são norteadores para a independência jurídica e, ao mesmo tempo, uma espécie de regramento que respeita as experiências de cada país. Mesmo sem uma legislação específica, a justiça de cada Estado-membro pode lançar mão desses instrumentos para emitir posicionamentos que protejam as instituições e os processos democráticos.

Como aponta a Organização para a Cooperação e o Desenvolvimento Econômico, medidas extraordinárias para conter a desinformação devem ser tomadas em períodos eleitorais. Os riscos são globais, não respeitam fronteiras e não têm como ser mitigados isoladamente, conforme o recente relatório da OCDE. A questão é como promover a integridade informacional sem comprometer a liberdade de expressão.

O documento reforça principalmente a criação de políticas para ampliar a transparência, a responsabilização e a pluralidade das fontes de informação, a necessidade de regular os serviços oferecidos pelas empresas de tecnologia e de, também, capacitar as pessoas para o pensamento crítico.

Períodos eleitorais exigem medidas extraordinárias para conter a desinformação

Em outro relatório, a Unesco reconhece que a precisão e a qualidade da informação produzida pelo Jornalismo influencia positivamente no engajamento das pessoas em ações de cidadania, na atenção de governos sobre suas responsabilidades e no combate à corrupção. Essa constatação está baseada em **estudos que mostram a informação de qualidade como um “bem público” ligado à melhoria da confiança social nas instituições democráticas.**

Campanhas de desinformação, por isso mesmo, usam a estratégia de desacreditar qualquer tipo de conteúdo estruturado a partir de métodos de aferição da realidade. Não por acaso, a Ciência e o Jornalismo sofrem com a desconfiança na informação que produzem porque a absoluta maioria da população não compreende como operam, nem com que critérios.

O próprio termo *fake news* ilustra essa distorção. As “notícias falsas”, na tradução de senso comum, não são produzidas pela imprensa. Equívocos eventualmente cometidos por jornalistas são corrigidos por dever de ofício e, quando não, estão sujeitos à responsabilização civil para reparar os danos que possam vir a causar.

Já as peças de desinformação se escondem no anonimato e circulam por estruturas de comunicação difíceis de rastrear, financiadas com o propósito de explorar o ódio, o medo e a insegurança das pessoas.

Traduzi-las como *fake news* faz parte da estratégia de desacreditar o trabalho da imprensa e dos jornalistas na apuração de fatos que contradizem crenças, sobretudo político-partidárias.

Evitar danos primeiro

SE NÃO É MAIS POSSÍVEL EVITAR O USO DO TERMO *FAKE NEWS*, melhor encontrar um conceito mais adequado às dimensões da desinformação. Chamá-las de “conteúdos fraudulentos” ao invés de “notícias falsas” é uma forma de reconhecer que não é a falsidade que precisa ser combatida. O ilícito nas *fake news* é a intenção de cometer fraudes

por meio de conteúdo premeditadamente elaborado e propagado por uma estrutura de apoio técnico, tecnológico e financeiro.

Uma análise da legislação em 32 países mostra que a dificuldade de enquadramento jurídico do termo não é exclusividade brasileira. Estudo do Center of News, Technology & Innovation (CNTI) revela a ausência de definição para *fake news* em um quarto das leis analisadas e parte significativa delas atribui aos governos a prerrogativa de fazê-lo.

Talvez mais grave, algumas dessas leis preferem definir o que é Jornalismo ou o que são “notícias reais”, com o intuito de dar apoio e sustentação à liberdade de imprensa. Entretanto, há também o risco de os grupos que estão no poder usarem esses dispositivos legais para favorecer e proteger veículos que os apoiam.

No Brasil, a Justiça Eleitoral tem se antecipado à falta de legislação específica

Para as eleições deste ano no Brasil, o Tribunal Superior Eleitoral antecipou-se em atualizar regras de combate à desinformação e publicou um conjunto de resoluções para regular o processo eleitoral. Uma delas, a 23.732 de fevereiro de 2024, visa vedar a circulação de conteúdo falso, enganoso ou hostil ao processo democrático, com base nessa perspectiva da fraude como intenção.

As resoluções expressam a trajetória da Justiça Eleitoral, empenhada em documentar e aprimorar o regramento a cada processo de votação para acompanhar o avanço das tecnologias e das estratégias de propaganda.

Estruturas de monitoramento, bases de dados com jurisprudência para ajudar juízes a tomarem decisões mais assertivas e parcerias com instituições públicas e privadas, incluindo as *big techs*, estão no

pacote para salvaguardar o processo eleitoral.

Este conjunto de medidas considera que a circulação de desinformação, informação falsa ou discurso de ódio é tão relevante quanto sua criação e produção. Em termos mais claros, **o princípio é responsabilizar tanto quem cria, produz e dissemina conteúdo fraudulento quanto quem oferece os recursos para sua propagação.**

Isso envolve diretamente as grandes empresas de tecnologia, consideradas também fornecedoras de informação em campanhas eleitorais. No entanto, o regramento propõe evitar danos antes da responsabilização por eventuais crimes. Por isso, as plataformas têm de cumprir medidas preventivas de moderação e retirar de circulação conteúdo que ferir as resoluções do TSE, mesmo sem decisão judicial.

A determinação é considerada controversa porque fere o que diz o Marco Civil da Internet, sancionado há 10 anos. Mas, não se pode negar que a atuação judicial e as decisões que contrariam princípios da liberdade de expressão estão em um quadro de excepcionalidade, no qual os riscos à Democracia se amparam em tentativas de fraudar a confiança nas instituições e nos processos de representação política.

Influência dos algoritmos e das plataformas

ALGORITMOS JÁ SÃO VISTOS COMO INSTITUIÇÕES que modelam o comportamento social e influenciam profundamente as decisões tomadas em praticamente todas as extensões da vida. O problema é a falta de transparência sobre os critérios que usam para recomendar as escolhas que fazem.

Cathy O’Neil, em *“Algoritmos de Destruição em Massa”*, expõe as limitações dos sistemas matemáticos para expressar justiça, equidade e bem comum, valores humanos que resistem à quantificação. Sem uma representação adequada da diversidade sociocultural nos códigos matemáticos usados para identificar padrões, chegar a valores próximos da realidade é muito difícil. Além disso, os métodos de aferição dos dados são camuflados por interesses comerciais e econômicos.

Sem sabermos como funcionam, algoritmos estão alimentando bases de dados com as experiências digitais dos usuários de internet. São, aliás, fonte riquíssima de um conjunto amplo de informações sobre preferências, comportamentos e motivações de eleitores em períodos de campanha. **Perfis desenhados por divisões socioeconômicas, geográficas e ideológicas passaram a reunir também dados psicológicos, como medos e angústias.**

Disputas por voto são hoje bastante influenciadas pelo mapeamento das preferências do eleitorado. A sofisticação deste recurso está

em extrair de subgrupos, já bastante específicos, informações sobre cada indivíduo neles. Em campanhas políticas, esses dados são moeda eleitoral. Por conta disso, os discursos de candidatos tendem a valorizar como estratégia o uso de palavras-chave para prender a atenção de um tipo específico de eleitor.

Estudos sobre os efeitos psicológicos desse tipo de abordagem mostram que a desinformação é também resultado de processos de comunicação que priorizam a incivilidade e o engajamento emocional no consumo de conteúdo produzido estrategicamente para chamar a atenção e reforçar crenças que negam evidências e refutam fatos. A integridade da informação não é o mais relevante nesses processos.

Produção artificial de informação

ESPECIALISTAS OUVIDOS PELA EUROPOL, a Agência da União Europeia para a Cooperação Policial, dizem que 90% do conteúdo em circulação na internet até 2026 será produzido por recursos de Inteligência Artificial. Com a popularização de modelos de linguagem complexa, como os usados em programas de Inteligência Artificial Generativa, entramos em uma nova onda de influência desses algoritmos no cotidiano das pessoas: a produção de conteúdo sintético, sem supervisão humana.

Não estamos apenas sendo monitorados e orientados a agir em função do perfil que os aplicativos “inteligentes” levantam sobre nossas preferências no mundo digital, com formas de rastreamento ainda

mais eficientes. A entrada da Inteligência Artificial Generativa nesse cenário traz ingredientes muito mais difíceis de lidar. **Diante de tanta informação gerada artificialmente, duvidar da própria realidade não é incomum.**

Nossos dados pessoais estão disponíveis na internet porque os entregamos em troca de serviços, informações, promoções e todo um universo de experiências digitais “gratuitas”. Mecanismos de busca na internet, por exemplo, exercem influência sobre o conhecimento político e a opinião pública dos usuários enquanto se apropriam de dados pessoais para recomendar resultados na interação com eles. Esses dados pessoais que fornecemos em troca da gratuidade nas buscas pela internet são usados para monetizar uma ampla gama de outros produtos, incluindo desinformação.

Muito mais sério, existem indícios de que as respostas elaboradas pelos algoritmos de Inteligência Artificial não têm como ser totalmente rastreadas, mesmo com o avanço dos recursos tecnológicos. Os estereótipos e vieses de interpretação da realidade, como racismo, machismo e misoginia, por exemplo, estariam na base do treinamento desses robôs “inteligentes”. **Os dados de entrada, usados para as máquinas aprenderem, são orientados também por fontes de baixa qualidade ou não confiáveis. Mesmo os especialistas não sabem rastrear totalmente como são elaboradas as respostas que os algoritmos nos dão.**

Experiências digitais
“gratuitas” custam
a entrega de nossos
dados pessoais

Nós, usuários, além de utilizarmos os serviços de IA “gratuitamente”, fornecemos nossos dados para treinamento enquanto servimos de mão de obra não remunerada. Mais recentemente, uma série de recursos judiciais alegam que as empresas de tecnologia também não pagam

direitos autorais pelo conteúdo usado para treinar os algoritmos. Como argumento, os executivos dessas empresas dizem que as informações usadas no treinamento de modelos de Inteligência Artificial são públicas. A questão é que o direito ao acesso a elas não dá a quem as acessa o direito de propriedade.

Para pesquisadores do Harvard Kennedy School Misinformation Review, entretanto, não há razões para se acreditar que a Inteligência Artificial Generativa vá alterar significativamente o volume de circulação de informações falsas. Eles enfatizam que a desinformação já está amplamente disponível na internet e os consumidores contumazes são caracterizados por traços individuais que os tornam propensos a buscar e acreditar nelas. Além disso, a atenção humana é limitada, segundo o estudo, reduzindo o potencial de influência da desinformação produzida por IA.

Seja como for, **os pesquisadores apontam que, antes de avaliar o impacto dos algoritmos, é preciso considerar aspectos da natureza humana e a confiança das pessoas nas instituições.** De fato, desde 2017 se reconhece que histórias falsas têm 70% mais chances de serem propagadas e conseguem alcançar 1.500 pessoas seis vezes mais rápido do que as verdadeiras, como mostra um levantamento no antigo Twitter. O detalhe do estudo é que a disseminação de desinformação ganha mais volume e alcance por meio de humanos, não de algoritmos.

Desinformação como negócio

GRANDES EMPRESAS DE TECNOLOGIA vêm financiando o ecossistema de desinformação para não ferir seus modelos de negócio. Não são poucos os estudos mostrando as estratégias de ganho financeiro com o impulsionamento de conteúdo fraudulento, o uso de propaganda em sites criados exclusivamente para gerar tráfego, o agrupamento de informações não verificadas em mecanismos de busca ou a redução de investimentos em processos de verificação qualificada de conteúdo.

O Google, por exemplo, financia 70% dos sites hiperpartidários de extrema-direita que disseminam desinformação no Brasil, conforme levantamento de pesquisadores da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro e da Universidade Federal Fluminense. Os dados mostram que a publicidade programática é a principal fonte de receita desses sites, seguida de assinaturas e produção de conteúdos pagos.

Outro estudo recente, publicado na Revista Nature e produzido por pesquisadores de Stanford e Carnegie Mellon, traz evidências de que marcas proeminentes no mercado mundial financiam inadvertidamente a desinformação *online*. Algoritmos distribuem anúncios através dos mecanismos de monetização das grandes empresas de tecnologia com reduções significativas de demanda em função da rejeição de consumidores quando as marcas aparecem em sites não confiáveis.

As gigantes da tecnologia, como Google e Meta, também são responsáveis pelo controle da informação qualificada produzida pelo Jornalismo ao financiar projetos independentes sem transparência na aplicação dos recursos e sem evidência de resultados concretos no combate à desinformação. Entre 2017 e 2022, O Google declarou um investimento de mais de 900 milhões de dólares em 6,7 mil veículos jornalísticos no mundo inteiro.

O problema, segundo o pesquisador Charis Papaevangelou, é que apenas 18% desse valor foi possível de rastrear. Essa falta de

transparência é um indício, diz ele, de que a gigante da tecnologia usa os investimentos como influência para interferir na regulação do uso das mídias digitais e compensar o não pagamento de conteúdo jornalístico em seu sistema de buscas na internet.

A produção jornalística tem dependido cada vez mais das grandes empresas de tecnologia

Críticos da relação entre as grandes empresas de tecnologia e os veículos de Jornalismo sugerem que a produção de notícias financiadas em projetos dessa natureza torna-se excessivamente dependente

das plataformas. Mesmo que não haja interferência editorial dos investidores, a infraestrutura e os recursos tecnológicos usados pelos jornalistas são produtos dessas empresas. Além disso, os editais para a seleção dos projetos obedecem a critérios nem sempre pautados nas boas práticas de produção independente.

Relevante também nesse cenário é o crescente consumo de mídias digitais no Brasil, especialmente por meio de dispositivos móveis. Como mostra estudo da Escola de Comunicação, Mídia e Informação da Fundação Getúlio Vargas (FGV ECMI), o aplicativo de mensagens da Meta, o WhatsApp, e o agregador de conteúdo do Google dominam a frequência de acesso a conteúdos sobre política e economia por parte dos brasileiros.

Por mais democrática que seja a inclusão gradativa de pessoas no uso de recursos digitais para acesso à informação, **a influência de algoritmos de recomendação no consumo de conteúdo fraudulento ou de fontes de baixa qualidade e o compartilhamento de desinformação em redes sociais representam o outro lado da moeda nos negócios das grandes empresas de tecnologia.**

Sem uma regulação legislativa estabelecendo critérios e responsabilizações, o combate à desinformação no Brasil resulta de ações pontuais e reativas a momentos de maior atenção em períodos extraordinários e de maior risco, como processos eleitorais. Parcerias com autoridades públicas e mudanças nas políticas de moderação para responder às pressões das autoridades que representam o Estado foram as reações das plataformas até agora. Sem resultados práticos, aliás, visto que se baseiam genérica e quase que exclusivamente em restrições de impulsionamento e acesso ao conteúdo político.

Queda no consumo de notícias

AUMENTO DA DESINFORMAÇÃO e diminuição do interesse público por notícias têm uma relação inversa de proporcionalidade. O argumento de que a produção jornalística passa por métodos de apuração e verificação que fortalecem a integridade da informação vem caindo em descrédito por razões econômicas, estruturais, ideológicas e também psicológicas. Segundo o Instituto Reuters, que mede anualmente a confiança na imprensa, o consumo de notícias diminui ano a ano em todo o mundo.

O que faz as pessoas evitarem notícias é um fenômeno ainda incompreendido em suas muitas nuances. Alguns estudos dão conta de que isso pode não ser intencional. A falta de acesso à produção jornalística local em regiões conhecidas como desertos de notícia, por um lado, e a “fadiga informacional” causada pelo excesso de conteúdo em múltiplas plataformas, por outro, são fatores que contribuem igualmente para a diminuição do consumo de produtos jornalísticos.

Existe um perfil mais ou menos comum quando se analisa grupos de pessoas que evitam notícias. Geralmente são mais jovens, do sexo feminino e de classes socioeconômicas mais baixas. As gerações mais novas também mostram uma certa aversão ao formato tradicional de conteúdos produzidos por jornalistas. Como vimos, no entanto, padrões estatísticos podem não representar adequadamente valores humanos. Por isso é necessário ampliar o escopo de análise com

alguns pontos que a **e-Contextos** considera relevantes.

A confiança nos veículos jornalísticos pode ser influenciada por preferências ideológicas e alinhamentos políticos. Estudos mostram que as pessoas tendem a acreditar em fontes de notícia de suas bolhas de informação, reforçando opiniões pré-existentes e favorecendo ambientes propícios para a propagação de conteúdo fraudulento. Notícias que não correspondem à visão ideológica dos grupos alinhados nessas bolhas são consideradas tendenciosas e têm grande chance de serem usadas por atores políticos para manipular a opinião pública.

Em casos assim, o partidarismo supera a verificação de fatos na construção de confiança em conteúdo jornalístico, sugerindo que a apresentação de evidências e de correções pode não ser suficiente para

mudar a crença das pessoas. Em certo sentido, a checagem de fatos envolve a consulta de fontes que não fazem parte da preferência cultural e ideológica, sendo consideradas opostas à visão política e aos interesses comuns nela. Essa polarização acaba servindo como viés de confirmação para desinformação, informação falsa e discurso de ódio.

Evitar o acesso a informações jornalísticas pode não ser uma escolha só ideológica

Fora das bolhas partidárias, no entanto, a polarização não tem grande influência sobre a audiência de notícias. **Tradicionalmente, veículos jornalísticos atraem um público misto e pouco afetado pelas tensões de posicionamentos políticos extremos.** Essa constatação é importante para desfazer a ideia de que há uma tendência de o consumo de notícia estar editorialmente alinhado com certas preferências políticas, ainda que os resultados dos estudos sejam diferentes em

cada país e estejam sujeitos ao sistema de mídia predominante.

Outro fator de influência no consumo de produções jornalísticas é a questão econômica. A circulação de todo o tipo de conteúdo tornou-se popular e, em grande volume, gratuita. Notícias são um tipo bastante específico e qualificado de informação, que dependem de financiamento e uma certa infraestrutura de produção para chegar ao público.

A pulverização de meios, recursos e formatos exige dos veículos noticiosos esforços ainda maiores para alcançar fontes de financiamento capazes de sustentar a integridade da informação, incluindo o investimento periódico da própria audiência. Mas, pagar pelo consumo de notícias não cabe no orçamento de todo mundo.

Para o diretor do Instituto Reuters, o professor e pesquisador Rasmus Nielsen, os veículos jornalísticos, também por razões econômicas, estão privilegiando um perfil minoritário de público, “mais rico, altamente educado, mais velho e politicamente comprometido”. Os dados dos relatórios publicados anualmente pela organização ligada à Universidade de Oxford revelam que esta preferência orienta uma certa homogeneidade de vozes nas fontes de informação e pode levar à diminuição de consumo de notícia.

Igualmente relevante é a contribuição do professor Jakob Nelson, da Universidade de Utah, cuja pesquisa qualitativa indica que o público parece desconfiar de que os jornalistas estão mais interessados em lucrar com a economia da atenção do que propriamente produzir informação qualificada. É uma distorção aparentemente associada à ideia de que os jornalistas estariam mais ligados aos interesses comerciais dos veículos para os quais trabalham do que a ideologias político-partidárias, como tradicionalmente se supõe.

Checagem de fatos como estratégia

A CONTRIBUIÇÃO MAIS PROEMINENTE DO JORNALISMO no combate à desinformação é associada às estratégias de verificação de fatos, como forma inclusive de promover a recuperação da confiança nas instituições e na Democracia. Considera-se, por exemplo, que a existência de “checadores” pode levar políticos e figuras públicas a serem mais cuidadosos com suas declarações, um ganho de qualidade em campanhas eleitorais. Além disso, os rótulos de advertência usados para classificar o tipo de conteúdo verificado têm se demonstrado eficientes em certas circunstâncias.

Antes de entrar nesse ponto, vale enfatizar que **o trabalho de verificação de fatos exige habilidades específicas, características na atuação jornalística, mas que precisam ser desenvolvidas de forma geral**. Isso porque existem indícios de que, mesmo adotando o procedimento de checar conteúdos na internet, as pessoas podem ser influenciadas a reforçar suas crenças em informações falsas.

Uma das razões é a dificuldade de reconhecer fontes de boa qualidade e de driblar as recomendações de conteúdo de baixa credibilidade feitas pelos algoritmos. Além disso, resultados da verificação estruturada por métodos e procedimentos qualificados são mais eficazes, apontam pesquisadores, para quem está fora das bolhas partidárias e já tem interesse no consumo de notícia.

Estudos avaliam que conteúdos e fontes de informação com rótulo de verdadeiros, incluindo perfis de redes sociais, garantem mais

confiança das pessoas na informação antes de passá-la adiante. Sugerem, igualmente, que postagens fraudulentas nas plataformas e em aplicativos de mensagem exercem menos influência quando há algum tipo de intervenção para desmenti-las. Portanto, **conteúdos rotulados como verdadeiros tendem a ser mais credíveis e impulsionam as pessoas a corrigi-los quando encontram versões inverídicas.**

Analisando as eleições recentes no Brasil é possível tirar algumas lições quanto às crenças em informações falsas e seus efeitos. Primeiro, é possível concluir que inclinações políticas mais extremas aproximam eleitores de informações falsas, especialmente quando alinhadas à visão ideológica já existente. As crenças em desinformação

Estudos apontam que o extremismo político aproxima eleitores de informações falsas

também estão associadas ao tempo dedicado às plataformas de redes sociais para acessar informações e ao uso de aplicativos de mensagem, como WhatsApp e Telegram. Quanto mais presentes nestes

ambientes, mais desinformados se mostram os eleitores.

Por outro lado, **a confiança do eleitorado nos atores políticos e nas instituições tende a ser uma forma de proteção contra a influência de conteúdos fraudulentos ou mentirosos.** Se considerarmos que amigos, familiares e grupos de discussão *online* são os maiores propagadores de informação falsa, especialmente em períodos eleitorais, o fortalecimento da confiança na Democracia e em seus representantes depende essencialmente do pensamento crítico e da conscientização dos riscos da desinformação no cenário político-eleitoral.

Um dado interessante, também apontado em pesquisas, é que existem fatores psicológicos endossando o que os especialistas chamam de “efeito de influência contínua”. Confirmar crenças pré-existentes,

mesmo falsas, ou reforçar o desejo de pertencer a determinados grupos, mesmo que não concordemos plenamente com seus princípios, dificulta a revisão do conhecimento que temos sobre as coisas e a aceitação de correções sobre as informações que reforçam nossas crenças enviesadas.

Isso significa que as correções oferecidas pelas organizações de checagem de fatos, por exemplo, podem fazer com que reconheçamos momentaneamente nossos equívocos, mas não mudam nossas crenças no longo prazo. As estratégias para romper o “efeito de influência contínua” envolvem, por exemplo, a “pré-refutação”, que consiste em fornecer informações corretas antes da exposição a conteúdos desinformativos, e a “desconstrução”, que diz respeito à correção direta desses conteúdos, em uma abordagem mais reativa.

É por isso que **os estudos apontam, quase que de forma unânime, a necessidade de alfabetização digital para desenvolver habilidades-chave e uma certa autonomia no reconhecimento da integridade da informação.** A questão, contudo, é que direcionar a atenção dos usuários de mídias digitais para os riscos da desinformação e as formas de reduzir seus efeitos precisa estar acompanhada, segundo especialistas, de uma educação voltada para a compreensão dos processos pelos quais a informação de qualidade é produzida, verificada e distribuída.

No campo jornalístico, as restrições de tempo, as pressões comerciais e a dependência de fontes de baixa qualidade também estão tirando a credibilidade de um trabalho essencial para o ambiente democrático. As rotinas aceleradas de produção e a redução de infraestrutura estão impactando diretamente os padrões jornalísticos de qualidade, onde nem sempre o rigor na verificação dos fatos e a valorização de histórias relevantes estão em primeiro plano.

DEMOCRACIA E LIBERDADE DE IMPrensa

RISCOS AO JORNALISMO E À POLÍTICA

“Autoritários e populistas ao redor do mundo estão explorando tanto a natureza humana quanto algoritmos de computador para conquistar as urnas, atropelando regras projetadas para garantir eleições livres e justas”

Mike Abramowitz - Freedom House

HÁ UMA RELAÇÃO DIRETA ENTRE AS MAIORES DEMOCRACIAS do mundo com os países com liberdade de imprensa consolidada. Conforme o Democracy Index, estudo publicado todos os anos pela Unidade de Inteligência do The Economist, os países Nórdicos seguem encabeçando a lista. A Noruega em primeiro lugar, seguido pela Nova Zelândia, Islândia, Suécia, Finlândia, Dinamarca e Suíça. Dos 167 países pesquisados na edição de 2022, apenas 24 desfrutam de uma democracia plena. Em 48 países a democracia é falha, em 36 o regime é híbrido e 59 têm regimes autoritários.

O Brasil ocupa a posição 51 no Ranking Global e é considerado uma democracia falha. Segundo a pesquisa, o maior problema do país é a hiperpolarização, que ficou ainda mais evidente no pleito de 2022. Depois do segundo turno, parte da população se recusou a aceitar o resultado, ocupou as ruas pedindo intervenção militar e anulação das eleições por suspeitas infundadas de fraude nas urnas eletrônicas, denúncia rejeitada por falta de provas.

Uma semana depois da posse de Luiz Inácio Lula da Silva, em janeiro de 2023, a sede dos três poderes foi invadida e depredada. O objetivo era que as Forças Armadas promovessem um golpe e depusessem o presidente eleito. As instituições democráticas brasileiras resistiram, mas a polarização e a violência foram amplificadas e ainda representam grande risco à Democracia nacional.

Os critérios do estudo do Democracy Index consideraram a qualidade do processo eleitoral, o grau de pluralismo, a eficiência do governo, o nível de participação política da população, a cultura política e a garantia das liberdades civis. Já **o Ranking Mundial de Liberdade de Imprensa de 2024** chama a atenção para os efeitos desastrosos do caos informacional e o impacto de um espaço digital globalizado e desregulamentado, que promove informações falsas e propaganda estatal para o exercício do jornalismo. Segundo a

entidade, o indicador político foi o que mais caiu em 2024 porque “há uma deterioração preocupante no apoio e respeito à autonomia dos meios de comunicação e um aumento na pressão exercida pelo Estado ou por outros intervenientes políticos”.

O Repórteres Sem Fronteiras avaliou 180 países e territórios e aponta que atualmente **um dos maiores problemas para as sociedades democráticas é o crescente desenvolvimento da mídia de opinião e a banalização dos circuitos de desinformação, intensificado pelas redes sociais, que estimulam a polarização.** O relatório ressalta ainda que a guerra da propaganda, na maioria das vezes liderada por países autoritários que controlam seus meios de comunicação e as plataformas digitais, estimula o enfraquecimento das democracias. Os países nórdicos figuram em lugares de liderança na lista dos com maior liberdade de imprensa (ver tabela abaixo).

Ranking Democracia e Liberdade de Imprensa 10 regiões melhor avaliadas

Posição	Mais democráticos	Mais liberdade de imprensa
1	Noruega	Noruega
2	Nova Zelândia	Dinamarca
3	Islândia	Suécia
4	Suécia	Países Baixos
5	Finlândia	Finlândia
6	Dinamarca	Estônia
7	Suíça	Portugal
8	Irlanda	Irlanda
9	Países Baixos	Suíça
10	Taiwan	Alemanha

Fonte: Repórteres Sem Fronteira

A Noruega também está em primeiro lugar, seguida da Dinamarca, Suécia, Países Baixos e Finlândia. O Brasil está na posição 82 (nota 58,59), ou seja, em uma situação problemática. Os principais desafios para a liberdade de imprensa no país são a violência estrutural contra os jornalistas.

Nos últimos anos os profissionais da mídia passaram a ser hostilizados de forma mais agressiva e campanhas para desacreditar veículos de comunicação são constantemente compartilhadas por um exército de usuários das redes sociais.

Além disso, o Repórteres Sem Fronteira também aponta a concentração do cenário midiático no setor privado, que produz uma relação muito próxima entre os poderes políticos, econômicos e religiosos e impacta diretamente na independência editorial dos veículos. Nos meios de comunicação regionais e locais a informação é seriamente comprometida pela publicidade governamental.

O Brasil não figura entre os países com mais democracia e liberdade de imprensa

Segundo o relatório, os efeitos da desinformação no país contribuem, cada vez mais, para enfraquecer o debate público. O Brasil

permanece polarizado, e os ataques contra a imprensa, livremente expressos nas mídias sociais, abriram caminho para práticas recorrentes de agressão física contra jornalistas. O país carece de uma política robusta para proteger os profissionais da imprensa. Como aponta o Repórteres Sem Fronteira, ao longo da última década, pelo menos 30 jornalistas foram assassinados no Brasil, o segundo país mais perigoso da região nesse período.

Economicamente, os grandes grupos de comunicação buscam reinventar seus modelos de negócio diante da forte crise que o setor vive e diversificaram seus investimentos, o que pode gerar conflito de

interesse em muitos casos e prejudicar a já desgastada independência editorial.

Em sua maioria, os países que se destacam em liberdade de imprensa e de expressão contam com um sólido arcabouço jurídico, além de um mercado de mídia dinâmico, com um forte serviço público de rádio e televisão e uma imprensa diversificada. A mídia regional é ampla e abrange grande parte dos territórios. Contam ainda com um robusto setor privado, formado por empresas com independência editorial.

Não há interferência política e a Constituição garante tanto a liberdade de expressão quanto o direito à informação pública, também protegido por várias outras leis. A indústria da mídia observa um código de ética comum e os órgãos reguladores protegem o pluralismo em termos de propriedade. Os políticos, via de regra, não rotulam como fake news informações que não lhes são favoráveis e não denigrem quem as produziu.

Nesses países há o entendimento de que os meios de comunicação desempenham um importante papel democrático e a sua diversidade é um pré-requisito fundamental para a liberdade de expressão e para o bom funcionamento da democracia. Outro ponto fundamental é a independência econômica, por isso, há forte incentivo e subsídios públicos, garantindo independência editorial.

Em contrapartida, os países com os piores índices de liberdade de imprensa são também os com regimes mais autoritários. Em último lugar em liberdade de imprensa está a Eritreia, país da África Ocidental, seguida por Síria, Afeganistão e Coreia do Norte. Figuram entre os 20 países com maior controle de mídia e prisão e morte de

Arcabouço jurídico,
mercado diversificado
e serviço público levam
à boa avaliação

jornalistas, a Nicarágua, Arábia Saudita, Rússia, Cuba e Egito.

Os jornalistas que não atuam como porta-vozes do governo em países classificados como autoritários são mantidos sob vigilância, perseguidos, detidos e, em alguns casos, torturados. Muitas vezes são acusados de espionagem e subversão. A produção e distribuição de informação são controladas pelo Estado. Não há jornalismo independente e as agências de notícias internacionais, quando presentes, operam sob intensa vigilância. Para governos autoritários, um estado forte só é possível com o controle da mídia.

Em muitos países o acesso livre à informação é crime e o fornecimento de informação é um crime ainda mais grave. A crítica ao regime vigente é proibida e a autocensura uma regra. Em alguns casos, muitos assuntos não podem ser abordados, como religião, estatuto das mulheres, as minorias e os direitos humanos. Alguns deles também figuram entre os menos democráticos do mundo (ver tabela abaixo).

Ranking Democracia e Liberdade de Imprensa 10 regiões pior avaliadas

Posição	Menos democráticos	Menos liberdade de imprensa
1	Afeganistão	Eritreia
2	Myanmar	Síria
3	Coreia do Norte	Afeganistão
4	República Central da África	Coreia do Norte
5	Síria	Irã
6	Rep. Democrática do Congo	Turcomenistão
7	Turcomenistão	Vietnã
8	Chad	Bahrein
9	Laos	China
10	Guiné Equatorial	Birmânia

Fonte: Repórteres Sem Fronteira

Ameaças da vigilância cibernética

OS HACKERS CIBERNÉTICOS ESTÃO ENTRE AS AMEAÇAS que devem ser combatidas fortemente pelos estados democráticos e fazem parte da lista dos problemas mais comuns que atentam contra a soberania de um país, juntamente com os narcotraficantes da América Latina, os insurgentes islâmicos que comandam parte da África Ocidental, os “senhores da guerra” e outras ameaças. Os elevados níveis de corrupção nestas regiões estão corroendo as normas democráticas em vários países, impulsionados, em muitos casos, pela propagação de desinformação.

Em Portugal, considerado um dos países mais democráticos do mundo, dados do Iberian Digital Media Observatory (IBERIFIER) mostram que a corrupção é o tema que mais motiva campanhas de manipulação informativa no país. Conforme o levantamento, a desinformação tem crescido devido à dependência financeira em alguns casos e à vulnerabilidade do ecossistema midiático português.

O Freedom on the Net 2019 avaliou a liberdade na Internet em 65 países que representam 87% dos que mais utilizam a rede mundial de computadores em todo o mundo. O relatório apontou que **as plataformas digitais são o novo campo de batalha da democracia e a desinformação foi usada em pelo menos 24 países para distorcer o cenário eleitoral, tornando-se a tática mais popular de interferência em sistemas de votação.** Conforme o relatório, personalidades de mídia amigas de governos e magnatas trabalham em conjunto para que multidões *online* transmitam teorias da conspiração, opiniões inflamatórias e memes

enganosos das câmaras de eco marginais para correntes políticas dominantes.

Em pelo menos 40 dos 65 países, há programas avançados para monitorar as redes sociais. Esses **sofisticados sistemas de vigilância em massa conseguem mapear as relações dos usuários, atribuir significado às suas postagens, encontrar padrões e inferir suas localizações passadas, presentes ou futuras.**

Cada vez mais as campanhas recorrem a *bots* e contas falsas para manipular as redes sociais. Os líderes políticos empregam verdadeiros exércitos *online* para moldar opiniões públicas e assediar adversários.

**Influenciadores
viralizam nas redes
sociais com polêmicas
de conteúdo político**

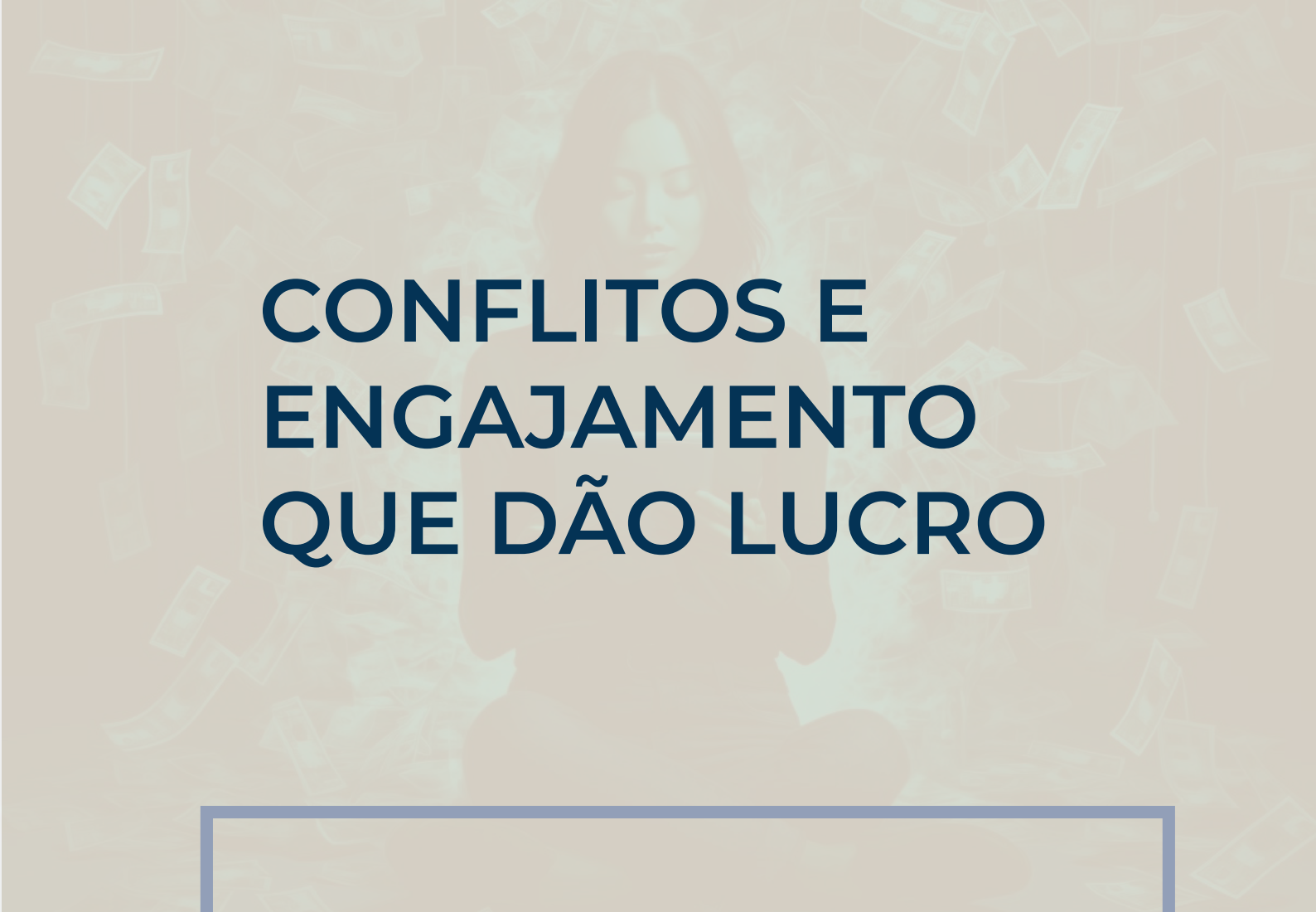
“Muitos governos descobriram que nas redes sociais a propaganda funciona melhor do que a censura”, disse Mike Abramowitz, presidente da Freedom House.

Na Europa, há um esforço dos meios de comunicação para manter o espaço mediado e reconhecido como arena que amplifica a eficácia do debate político. Mas são as redes sociais e os influenciadores digitais que chamam a atenção da audiência. Com suas agendas e abordagens, eles criam um circuito paralelo de comunicação política muitas vezes mais persuasivo e acessível que os canais tradicionais.

Para comunicadores portugueses, **é nesse cenário fragmentado que a política se transforma em espetáculo, onde seu significado é construído em rede por meio de vídeos, posts e memes, longe do escrutínio e da análise crítica.** E a capacidade de gerar polêmica ou de captar a atenção mediante conteúdos virais torna-se mais valiosa do que a profundidade ou a coerência do discurso político.

Segundo eles, é fundamental investir na essência da comunicação política, com o debate de ideias que promovam a informação ao invés da forma. Nem sempre os políticos que melhor dominam as técnicas de comunicação digital são aqueles que têm as melhores propostas. Por isso insistem na arena mediada de debates de ideias, com o intuito de evitar uma distorção da política, onde a forma sobrepõe-se ao conteúdo, e a popularidade nas redes sociais é confundida com legitimidade e competência.

CENÁRIO DA COMUNICAÇÃO POLÍTICA

The background of the top half of the image features a woman with long dark hair, looking down, surrounded by numerous banknotes falling around her. The scene is set against a warm, orange-toned background.

CONFLITOS E ENGAJAMENTO QUE DÃO LUCRO

“As fake news são danosas porque têm outros efeitos na política, diminuem a confiança na democracia, nas instituições, têm uma série de outros efeitos, mas o efeito sobre a escolha do voto não é tão dramático quanto a gente imaginou que fosse”

Nara Pavão - cientista política

TRANSFORMAÇÕES PROFUNDAS impulsionadas pela ascensão das redes sociais e influenciadores digitais desafiam e tensionam o cenário da comunicação política. O professor e pesquisador Ricardo Gandour entende que a fragmentação digital, caracterizada pela abundância de informação em boa parte gratuita, equipara opiniões, rumores e fofocas ao conteúdo verificado e qualificado. Como consequência, o debate público vem perdendo força pela influência dessa fragmentação em comportamentos extremos de apoio e rejeição a temas sensíveis.

Nesse “novo ecossistema informativo”, é justamente a circulação de opiniões e formas de expressão não baseadas em fatos que leva à polarização, especialmente no ambiente político. Com a popularização de ferramentas de Inteligência Artificial Generativa, os desafios tornam-se ainda maiores. Produções complexas, que dependiam de conhecimento especializado e infraestrutura tecnológica, são hoje elaboradas em grande escala com o apoio dessas ferramentas.

Além da sofisticação no conteúdo, com a produção de imagens, vídeos e áudios difíceis de distinguir entre verdadeiros e falsos, as ferramentas de IA estão assumindo o papel de gerenciar a circulação de todo o tipo de informação e criar os suportes de distribuição a um custo extremamente baixo. O poder de mediar o debate público se deslocou das grandes empresas de comunicação na indústria da mídia para as que detêm os recursos tecnológicos e dão suporte às conexões em rede no mundo digital.

Para se ter uma ideia, até o fechamento deste relatório, o NewsGuard, uma organização que monitora processos de desinformação em todo o mundo, havia identificado 963 sites que publicam sistematicamente informações falsas ou enganosas sobre eleições, 793 contas de mídia social e canais de vídeo recorrentes em desinformação eleitoral com fins políticos e 1.265 sites partidários disfarçados de veículos

jornalísticos de cobertura local e regionalizada, muitos deles financiados por partidos sem que a audiência saiba.

É evidente que este acompanhamento não tem como cobrir a extensão do problema, apesar de ser uma referência importante para coibir violações de direitos por informação qualificada. Já são mais comuns do que se imagina os “portais de notícia” criados com ferramentas de IA, sem supervisão humana nem infraestrutura de produção jornalística para atrair cliques e faturar com o financiamento das plataformas por volume de audiência, não pela qualidade do conteúdo.

Cabe avaliar como a desinformação vem ganhando feições de notícia para disputar a atenção do público. Disfarçadas de conteúdo jornalístico, informações falsas apenas imitam o formato

de notícia, sem correspondência com os fatos. É nesse contexto que o termo “notícia falsa” faz sentido.

**Feições de notícia
e uso de IA dão
à desinformação
abrangência e escala**

No cenário da comunicação política, **as fake news ganham proeminência ao enganar o público com a aparência de informação jornalística e confundem a sociedade ao se equiparar com informações produzidas a partir de métodos rigorosos de apuração e apresentação de evidências.** A influência desse fenômeno é tanta que os próprios veículos informativos têm adotado o eufemismo “Jornalismo baseado em fatos” para se diferenciar da “concorrência”.

Martin Baron, experiente jornalista estadunidense, afirma que a crescente polarização social é alimentada por um modelo de negócios pelo qual as grandes empresas de tecnologia exercem o poder de gerar mais receita, impulsionando conflitos e engajamento. A polarização

não seria, portanto, um fenômeno exclusivamente social. Esse modelo não só perpetua a desinformação, como também torna o debate público mais hostil e menos propício a discussões racionais e baseadas em fatos. Carlos Castilho, pesquisador brasileiro e também jornalista, descreve esse cenário como “terrorismo informativo”.

Desafios e dilemas em ciclos eleitorais

CICLOS ELEITORAIS APRESENTAM DESAFIOS ÚNICOS nesse “novo ecossistema informativo”. Como revelou um levantamento do UOL, baseado em decisões do Tribunal Superior Eleitoral (TSE) e no relatório final da CPI da Covid-19 no Senado Federal, de cada cinco propagadores de informações falsas, um pertence à classe política.

Além disso, **a participação de eleitores como produtores de conteúdo político diante da facilidade de acesso a ferramentas e canais próprios de propagação eleva os riscos de desinformação.** Sem compromisso com a veracidade do que dizem, esses atores geralmente se utilizam de componentes emocionais para gerar conexão com quem tem interesses e crenças comuns.

Cientistas políticos, contudo, avaliam que a desinformação oferece mais riscos ao processo democrático do que ao resultado das eleições propriamente. Os estudos nessa área indicam que eleitores mudam raramente o voto por influência de *fake news* ou qualquer tipo de conteúdo enganoso. Interessante nos resultados das pesquisas é que quanto mais extremo o posicionamento político do eleitorado,

maior parece ser a propensão para consumir e propagar informações falsas que corroboram suas crenças. Isso ajuda a explicar porque as campanhas de desinformação centram mais força no comportamento do eleitorado. O descrédito nas urnas eletrônicas é um exemplo.

Cientista política que estuda o populismo há 20 anos, Paula Diehl traz um outro argumento interessante para a compreensão desse cenário. O circuito por onde circulam informações falsas não se restringe às mídias sociais e a sites fraudulentos ou hiperpartidários. **A chamada grande mídia também fornece ingredientes para fortalecer campanhas de desinformação quando, por exemplo, dá destaque para afirmações sabidamente mentirosas ou intencionalmente manipuladoras de personalidades políticas.**

Diehl vai ainda mais fundo nessa relação entre mídia convencional e desinformação. Em seus estudos, ela argumenta que existe uma afinidade estrutural entre a comunicação política produzida pela indústria da mídia e as estratégias de comunicação populista. Ambas se utilizam, segundo ela, de narrativas simplistas, muitas vezes focadas na valorização de interpretações antagônicas e extremas sobre os dilemas que enfrentamos e baseadas em conteúdo raso, de cunho persuasivo. Isso também ajuda a distorcer a realidade.

Influência de *fake news* raramente faz o eleitor mudar o voto em um candidato

Outras pesquisas reforçam essa característica. Títulos de conteúdo informativo digital que trazem palavras negativas, por exemplo, tendem a gerar mais engajamento da audiência, segundo pesquisadores europeus. Na China, estudos descobriram que textos expressando raiva e contendo informações falsas circulam em maior volume e velocidade do que qualquer outro tipo de conteúdo desinformativo. Além disso,

uma análise de cobertura parlamentar na Europa também mostrou que políticos que fazem discursos negativos tendem a ocupar mais espaço em noticiários, especialmente quando são mais agressivos e incivilizados.

Enfrentar esses desafios exige um conjunto amplo de medidas. No âmbito jurídico, o combate à desinformação nem sempre encontra o equilíbrio entre a liberdade de expressão e as medidas restritivas, como analisamos aqui. No campo político, as discussões sobre regramento e regulação, tanto no uso de tecnologias generativas quanto na moderação de conteúdo, enfrentam pressões econômicas de empresas que não respeitam fronteiras e impõem regras genéricas para escalar produtos e serviços sem se responsabilizar pelas consequências.

Alfabetização digital e educação midiática são apontadas, então, como parte da solução para minimizar os impactos da desinformação. Por um lado, a alfabetização digital ajuda a compreender como usar os recursos tecnológicos cada vez mais sofisticados. Mas, como mostram estudos, não é suficiente para evitar que as pessoas espalhem informações falsas. Por isso a proposta de acrescentar a educação midiática para orientar nossa compreensão sobre como estratégias para manipular nossas emoções, interesses e crenças nos influenciam.

Essa compreensão é percebida como essencial porque **a velocidade com que as grandes empresas de tecnologia desenvolvem suas ferramentas não corresponde ao tempo necessário para avaliar seus impactos e regular a abrangência de suas decisões.** Agora mesmo, ao concluirmos a leitura do relato, inúmeros fatores não tratados aqui estão em debate. Vamos seguir na curadoria desses fatores e na apuração de dados e fatos que nos ajudem a avaliá-los.

**FONTES PARA
APROFUNDAR
O DEBATE**

BIBLIOGRAFIA, DADOS E FATOS SOBRE O TEMA

“A internet é o nosso espelho. (...) Somos capazes de comunicação livre e de escolhas ideológicas independentes, mas o conteúdo da liberdade pode não ser o que esperávamos”

Manuel Castells - professor e pesquisador

A RELAÇÃO DE FONTES ORGANIZADA NESTA SEÇÃO reflete nossa metodologia de elaboração do relato exploratório, que abre nossa jornada de produção sobre desinformação em processos eleitorais. Como enfatizamos na abertura do documento, o conteúdo que compartilhamos aqui é fruto de uma exploração inicial sobre um tema difícil, mas essencial neste momento.

Existem hoje diferentes instituições que monitoram o fenômeno da desinformação e alimentam notícias, análises e orientações a respeito de seus impactos. Procuramos acompanhar as principais fontes de referência e, a partir delas, consultar relatórios atualizados, estudos acadêmicos, entrevistas e artigos especializados, além de materiais jornalísticos sobre assuntos relacionados.

Nem todos os materiais consultados constam desta bibliografia porque abordam aspectos que ainda vamos apurar com mais profundidade. Também não incluímos vídeos, podcasts e outros formatos de conteúdo por reforçarmos aqui a escrita como base de conhecimento. Outros formatos e linguagens estarão, em breve, disponíveis em nosso **Observatório sobre desordem informacional**.

Cinco blocos de referências bibliográficas são usados nesta seção para facilitar o acesso e o entendimento do tipo de abordagem em cada um. Começamos com *Artigos jornalísticos e entrevistas*, contendo reportagens, notícias e diálogos com especialistas, de onde partimos para pesquisar materiais mais densos.

Depois, relacionamos *Artigos especializados*, contendo análises, interpretações e opiniões embasadas por pontos de vista qualificados. No bloco *Relatórios*, elencamos as produções de entidades que monitoram liberdade de expressão, de imprensa, democracia e impactos da desinformação. Em *Trabalhos acadêmicos* destacamos estudos que ajudam a compreender boa parte das evidências e das dúvidas que

acompanham pesquisadores e especialistas.

Por fim, no bloco *Livros*, indicamos a leitura de duas obras que nos foram úteis por razões distintas. Uma traz conceitos e concepções muito importantes sobre o fenômeno da desinformação e suas características. Outra nos mostra como os algoritmos estão padronizando a forma como nos organizamos em sociedade e reforçando desigualdades.

Adotamos uma tipologia própria para organizar as fontes bibliográficas. Basicamente, trazemos o nome do autor, o título do material consultado, o nome da publicação, a data de publicação e o link para acesso. Os estudos de base científica é que são descritos com mais informações, como pedem os padrões acadêmicos. De qualquer modo, não nos preocupamos aqui em seguir normas muito rígidas.

Além disso, preferimos manter o título dos materiais consultados na língua original em que foram produzidos, para facilitar a seleção. Cabe justificar que, em muitos deles, usamos recursos de tradução dos navegadores de internet e, eventualmente, o auxílio de ferramentas de Inteligência Artificial para explorar aspectos culturais que não ficam muito claros nas traduções automáticas. Também usamos IA na exploração de textos muito longos, para nos ajudar a extrair os principais pontos a serem investigados e direcionar a leitura nas seções e capítulos que realmente nos interessavam.

Esperamos que a seção *Bibliografia, dados e fatos sobre o tema* seja encarada como uma fonte de exploração tão rica quanto as análises que propusemos aqui. Preferimos não fragmentar a leitura do conteúdo com notas e recortes, para dar fruição e provocar uma interlocução a partir de nossos próprios argumentos, ainda que embasados por fontes que consideramos qualificadas. Vale, portanto, a leitura complementar na lista de possibilidades a seguir.

Artigos jornalísticos e entrevistas

AHRENS, JAN MARTÍNEZ. **Noam Chomsky: “As pessoas já não acreditam nos fatos”**. Ediciones EL PAÍS S.L, 12 de março de 2018.

Disponível em https://brasil.elpais.com/brasil/2018/03/06/cultura/1520352987_936609.html.

ASSIS, CAROLINA DE. **Checagens com o selo ‘verdadeiro’ são mais compartilhadas do que aquelas com o selo ‘falso’, aponta estudo**.

LatAm Journalism Review, 17 de outubro de 2023. Disponível em <https://latamjournalismreview.org/pt-br/articles/checagens-com-o-selo-verdadeiro-sao-mais-compartilhadas-do-que-aquelas-com-o-selo-falso-aponta-estudo/>.

BARROS, LUANA. **Fake News, IA e cotas: Edilene Lôbo, ministra do TSE, fala dos desafios para Eleições 2024**.

Diário do Nordeste, 2 de junho de 2024. Disponível em <https://diariodonordeste.verdesmares.com.br/pontopoder/fake-news-ia-e-cotas-edilene-lobo-ministra-do-tse-fala-dos-desafios-para-eleicoes-2024-1.3517617>.

BELZUNCE, FERNANDO. **Martin Baron: «La polarización es un modelo de negocio»**. ABC.es, 21 de abril de 2024. Disponível em <https://www.abc.es/sociedad/martin-baron-polarizacion-modelo-negocio-20240421041713-nt.html>.

BHANDARI, BIBEK. **Fotógrafo registra raras imagens das sombrias “fazendas de cliques” do Vietnã**. CNN Brasil, 11 de março de 2024.

Disponível em <https://www.cnnbrasil.com.br/tecnologia/fotografo-registra-raras-imagens-das-sombrias-fazendas-de-cliques-do-vietna/>.

BRENNER, WAGNER. Especialistas estimam que em 2026, 90% do conteúdo online será gerado por IA. Updateordie.com, 9 de setembro de 2022. Disponível em <https://www.updateordie.com/2022/09/21/especialistas-estimam-que-ate-90-do-conteudo-online-em-2026-podera-ser-gerado-por-i-a/>.

BROWNE, RYAN. Tech Giants Pledge AI Safety Commitments – Including a ‘Kill Switch’ If They Can’t Mitigate Risks. CNBC, 21 de maio de 2024. Disponível em <https://www.cnbc.com/2024/05/21/tech-giants-pledge-ai-safety-commitments-including-a-kill-switch.html>.

BUTCHER, ISABEL. 10 anos do Marco Civil da Internet: importância e discussões atuais. MibileTime, 24 de abril de 2024. Disponível em <https://www.mobiletime.com.br/noticias/23/04/2024/10-anos-do-marco-civil-da-internet-sua-importancia-e-as-discussoes-atuais-sobre-o-tema/>.

CANIATO, BRUNO; PANHO, ISABELLA ALONSO. “Brigada” de Moraes abre cruzada de amplitude inédita contra fake news. VEJA, 17 de março de 2024. Disponível em <https://veja.abril.com.br/politica/brigada-de-moraes-abre-cruzada-de-amplitude-inedita-contrafake-news>.

CANTADOR, ÁNGELA. Brasil: Uno de cada cinco difusores de notícias falsas es un político. El Clip, 9 de agosto de 2023. Disponível em <https://www.elclip.org/uno-de-cada-cinco-difusores-de-noticias-falsas-es-un-politico/>.

CNN. Quais são os países mais democráticos do mundo?. CNN Brasil, 12 de junho de 2023. Disponível em <https://www.cnnbrasil.com.br/politica/paises-mais-democraticos/>.

COLOMBO, GIULLIA. **TSE aprova resolução que responsabiliza plataformas por fake news.** Poder360, 27 de fevereiro de 2024. Disponível em <https://www.poder360.com.br/justica/tse-aprova-resolucao-que-responsabiliza-plataformas-por-fake-news/>.

DE BLASI, BRUNO. **Deepfake, fake news e mais: como a IA pode arruinar as eleições.** Canaltech, 5 de abril de 2024. Disponível em <https://canaltech.com.br/governo/deepfake-fake-news-e-mais-como-a-ia-pode-arruinar-as-eleicoes-284247/>.

DIAS, TATIANA. **Este pesquisador ‘seguiu o dinheiro’ das big tech para o jornalismo – e chegou a 424 veículos no Brasil.** Intercept Brasil, 2 de fevereiro de 2024. Disponível em <https://www.intercept.com.br/2024/02/02/pesquisador-seguiu-dinheiro-big-tech-meta-google-no-jornalismo-encontrou-460-veiculos-brasil-2/>.

DIAS, TATIANA; SCHURIG, SOFIA. **Meta paga centavos por checagem sobre enchentes no RS, violência e política para treinar inteligência artificial.** Intercept Brasil, 5 de junho de 2024. Disponível em <https://www.intercept.com.br/2024/06/05/meta-paga-centavos-por-checagem-sobre-enchentes-no-rs-violencia-e-politica-para-treinar-inteligencia-artificial/>.

DOMÍNGUEZ, SOLEDAD. **Jornalista uruguaio analisa as chamadas ‘notícias falsas’ e a pós-verdade no livro ‘Máquinas de mentir’.** LatAm Journalism Review, 21 de setembro de 2023. Disponível em <https://latamjournalismreview.org/pt-br/articles/jornalista-uruguaio-analisa-as-chamadas-noticias-falsas-e-a-pos-verdade-no-livro-maquinas-de-mentir/>.

DUCHIADE, ANDRÉ. **“Há uma afinidade estrutural entre a mídia e a comunicação populista”, diz cientista política Paula Diehl.** LatAm Journalism Review, 8 de abril de 2024. Disponível em <https://>

FONTES PARA APROFUNDAR O DEBATE

latamjournalismreview.org/pt-br/articles/ha-uma-afinidade-estrutural-entre-a-midia-e-a-comunicacao-populista-diz-cientista-politica-paula-diehl/.

FARIA, FLÁVIA. Efeito das fake news sobre o voto não é tão dramático quanto se pensa, diz cientista política. Folha de S.Paulo, 17 de fevereiro de 2020. Disponível em <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2020/02/efeito-das-fake-news-sobre-o-voto-nao-e-tao-dramatico-quanto-se-pensa-diz-cientista-politica.shtml>.

FERRARI, LEON. Por que as pessoas acreditam em ‘fake news’? Psicólogo Steven Pinker responde. Estadão, 30 de junho de 2024. Disponível em <https://www.estadao.com.br/saude/por-que-as-pessoas-acreditam-em-fake-news-psicologo-steven-pinker-responde/>.

GORZIZA, AMANDA. As divergências sobre liberdade de expressão no Brasil e nos Estados Unidos”. Revista Piauí, 19 de abril de 2024. Disponível em <https://piaui.folha.uol.com.br/as-divergencias-sobre-liberdade-de-expressao-no-brasil-e-nos-estados-unidos/>.

GRANJEIA, JULIANNA. Google financia 80% dos sites que disseminam fake news sobre eleições no Brasil. Terra, 29 de outubro de 2022. Disponível em <https://www.terra.com.br/byte/google-financia-80-dos-sites-que-disseminam-fake-news-sobre-eleicoes-no-brasil,2f00724bf058e9cc993bf03725754f706fkna9k5.html>.

LEÓN, LUCAS PORDEUS. De 71 países ou blocos, apenas 2 e UE não criminalizam desinformação. Agência Brasil, 23 de abril de 2024. Disponível em <https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2024-04/de-71-paises-ou-blocos-apenas-2-e-ue-nao-criminalizam-desinformacao>.

MAIA, FLÁVIA. Uso de IA para difamar opositores ou processo

eleitoral levará à cassação, decide TSE. JOTA, 28 de fevereiro de 2024. Disponível em <https://www.jota.info/eleicoes/uso-de-ia-para-difamar-opositores-ou-processo-eleitoral-levara-a-cassacao-decide-tse-27022024>.

MAIBERG, EMANUEL. Google Says AI Could Break Reality. 404 Media, 3 de julho de 2024. Disponível em <https://www.404media.co/email/dd4acda7-3cf5-48a1-a940-8bdf0aede2b4/>.

MARTINS, ELISA. Corte IDH: seminário discute liberdade de expressão e independência judicial. JOTA, 21 de maio de 2024. Disponível em <https://www.jota.info/coberturas-especiais/direitos-humanos/corte-idh-seminario-discute-liberdade-de-expressao-e-independencia-judicial-21052024>.

MARTINS, LAÍS. Google sustenta sites de extrema direita que promovem desinformação, revela estudo. Intercept Brasil, 18 de junho de 2024. Disponível em <https://www.intercept.com.br/2024/06/18/google-banca-sites-de-extrema-direita-revela-estudo/>.

MATOS, FÁBIO. IA nas eleições: restrição do TSE não será capaz de impedir ‘deepfake’, alertam especialistas. InfoMoney, 10 de março de 2024. Disponível em <https://www.infomoney.com.br/politica/ia-nas-eleicoes-restricao-do-tse-nao-sera-capaz-de-impedir-deepfake-alertam-especialistas/>.

MELLO, PATRÍCIA CAMPOS. WhatsApp corta verba para checagem em ano eleitoral. Folha de S.Paulo, 13 de março de 2024. Disponível em <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2024/03/whatsapp-corta-verba-para-checagem-de-informacoes-em-ano-eleitoral.shtml>.

MIOLI, TERESA. Relatório da Unesco confirma que jornalismo de

FONTES PARA APROFUNDAR O DEBATE

qualidade é essencial para a democracia, a responsabilidade e o engajamento cívico. LatAm Journalism Review, 24 de maio de 2024. Disponível em <https://latamjournalismreview.org/pt-br/articles/relatorio-da-unesco-confirma-que-jornalismo-de-qualidade-e-essencial-para-a-democracia-a-responsabilidade-e-o-engajamento-civico/>.

NAKAMURA, PEDRO. Geralção das novas regras digitais do TSE para eleições 2024. Núcleo Jornalismo, 2 de março de 2024. Disponível em <https://nucleo.jor.br/geralcao/2024-03-02-geralcao-novas-regras-tse-eleicoes-2024/>.

NAKAGAWA, LILIANE. Como a IA generativa pode distorcer crenças humanas. TecMasters, 13 de agosto de 2023. Disponível em <https://tecmasters.com.br/ia-generativa-pode-distorcer-crencas-humanas/>.

NEIVA, LEONARDO. A sociedade da mentira. Gama Revista, 12 de setembro de 2021. Disponível em <https://gamarevista.uol.com.br/semana/qual-e-a-verdade/a-sociedade-da-mentira/>.

NETTO, PAULO ROBERTO. Avanço do TSE contra plataformas impõe desafio sobre liberdade de expressão. JOTA, 18 de maio de 2024. Disponível em <https://www.jota.info/opiniao-e-analise/artigos/avanco-do-tse-contraplataformas-impoe-desafio-sobre-liberdade-de-expressao-18052024>.

NEWSGUARD'S REALITY CHECK. 67% of Top Brands Inadvertently Fund Misinformation, Stanford Study Finds. Newsletter de 14 de junho de 2024. Disponível em <https://www.newsguardrealitycheck.com/p/67-of-top-brands-inadvertently-fund>.

NEWSGUARD'S REALITY CHECK. Pink Slime Time: Election Year

FONTES PARA APROFUNDAR O DEBATE

Launches of Secretly Partisan Local News. Newsletter de 25 de março de 2024. Disponível em <https://www.newsguardrealitycheck.com/p/pink-slime-time-election-year-launches>.

PACHECO, DENIS. É possível combater a desinformação e os discursos de ódio na internet?. Jornal da USP, 10 de março de 2023. Disponível em <https://jornal.usp.br/atualidades/e-possivel-combater-a-desinformacao-e-os-discursos-de-odio-na-internet/>.

PATTERSON, THOMAS E. How News Outlets Become Misinformation Superspreaders. The Journalist's Resource, 27 de outubro de 2020. Disponível em <https://journalistsresource.org/politics-and-government/news-misinformation-superspreaders/>.

PONTES, FELIPE. Entenda regras do TSE para uso de inteligência artificial nas eleições. Agência Brasil, 3 de março de 2024. Disponível em <https://agenciabrasil.ebc.com.br/justica/noticia/2024-03/entenda-regras-do-tse-para-uso-de-inteligencia-artificial-nas-eleicoes>.

PROJETO COMPROVA. Entenda o acordo entre a Anatel e o TSE para as eleições e o que é o “poder de polícia”. Jornal Estado de Minas, 19 de março de 2024. Disponível em <https://www.em.com.br/politica/2024/03/6821105-entenda-o-acordo-entre-a-anatel-e-o-tse-para-as-eleicoes-e-o-que-e-o-poder-de-policia.html>.

ROCHA, ISABELA. Como as novas políticas da Meta reforçam a polarização. Nexo Jornal, 3 de março de 2024. Disponível em <https://www.nexojornal.com.br/ensaio/2024/03/17/como-as-novas-politicas-da-meta-reforcam-a-polarizacao>.

RUDNITZKI, ETHEL. Marqueteiros vendem serviços de IA para eleições de 2024 em anúncios no Facebook. Aosfatos.org, 11 de

FONTES PARA APROFUNDAR O DEBATE

julho de 2023. Disponível em <https://www.aosfatos.org/noticias/inteligencia-artificial-eleicoes-2024-brasil/>.

RUDNITZKI, ETHEL. TSE busca cumprir promessa de Moraes de cassar candidatos que usarem “deepfakes”. Aosfatos.org, 28 de fevereiro de 2024. Disponível em <https://www.aosfatos.org/bipe/tse-cassacao-candidatos-deepfakes/>.

SANTOS, SAMUEL. Temas de corrupção são o motor da desinformação em Portugal. Público, 21 de junho de 2023. Disponível em <https://www.publico.pt/2023/06/21/sociedade/noticia/temas-corrupcao-sao-motor-desinformacao-portugal-2054145>.

SETIC-UFSC. Como as fake news ganham tanta atenção? Professor da UFSC explica. Notícias da UFSC, 16 de outubro de 2023. Disponível em <https://noticias.ufsc.br/2023/10/como-as-fake-news-ganham-tanta-atencao-professor-da-ufsc-explica/>.

SORKIN, AMY DAVIDSON. The biggest election year in history. The New Yorker, 7 de janeiro de 2024. Disponível em <https://www.newyorker.com/magazine/2024/01/15/the-biggest-election-year-in-history>.

SOUZA, LUIZ PAULO. “É um momento sombrio”, diz Manuel Castells sobre internet e democracia. VEJA, 29 de março de 2024. Disponível em <https://veja.abril.com.br/paginas-amarelas/e-um-momento-sombrio-diz-manuel-castells-sobre-internet-e-democracia>.

SUÁREZ, EDUARDO. Julia Angwin Fears the Public Sphere Is about to Get Worse: “AI Makes It Easier to Flood the Zone with Misinformation”. Reuters Institute for the Study of Journalism, 02 de abril de 2024. Disponível em <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/news/julia-angwin-fears-public-sphere-about->

get-worse-ai-makes-it-easier-flood-zone-misinformation.

VOSOUGHI, SOROUGH; ROY, DEB. **Study: On Twitter, False News Travels Faster than True Stories.** MIT News | Massachusetts Institute of Technology, 8 de março de 2018. Disponível em <https://news.mit.edu/2018/study-twitter-false-news-travels-faster-true-stories-0308>.

Artigos especializados

BENTON, JOSHUA. **How big a threat does misinformation pose to democracy?.** Nieman Lab, 06 de novembro de 2023. Disponível em <https://www.niemanlab.org/2023/11/how-big-a-threat-does-misinformation-pose-to-democracy/>.

BENTON, JOSHUA. **When it comes to misinformation, partisanship overpowers fact-checking, over and over again.** Nieman Lab, 29 de junho de 2023. Disponível em <https://www.niemanlab.org/2023/06/when-it-comes-to-misinformation-partisanship-overpowers-fact-checking-over-and-over-again/>.

BENTON, JOSHUA. **Asking people to ‘do the research’ on fake news stories makes them seem more believable, not less.** Nieman Lab, 08 de janeiro de 2024. Disponível em <https://www.niemanlab.org/2024/01/asking-people-to-do-the-research-on-fake-news-stories-makes-them-seem-more-believable-not-less/>.

BENTON, JOSHUA. **Negative words in news headlines generate more**

FONTES PARA APROFUNDAR O DEBATE

clicks – but sad words are more effective than angry or scary ones. Nieman Lab, 20 de março de 2023. Disponível em <https://www.niemanlab.org/2023/03/negative-words-in-news-headlines-generate-more-clicks-but-sad-words-are-more-effective-than-angry-or-scary-ones/>.

BODENMÜLLER, LUIZA. Desinformação é sintoma. LinkedIn.com, 13 de maio de 2024. Disponível em <https://www.linkedin.com/pulse/desinforma%2525C3%2525A7%2525C3%2525A3o-%2525C3%2525A9-sintoma-luiza-bodenm%2525C3%2525BC1ler-gavhe/?trackingId=VJbwxt2tiYXAmwSf0YxbyA%3D%3D>.

BROWN, SARA. Study: Digital Literacy Doesn't Stop the Spread of Misinformation. MIT Sloan, 5 de janeiro de 2022. Disponível em <https://mitsloan.mit.edu/ideas-made-to-matter/study-digital-literacy-doesnt-stop-spread-misinformation>.

CASTILHO, CARLOS. Terrorismo informativo. Observatório da Imprensa, 31 de maio de 2024. Disponível em <https://www.observatoriodaimprensa.com.br/fake-news/terrorismo-informativo/>.

CODDINGTON, MARK, E LEWIS, SETH. Avoiding the News Isn't the Same as Not Consuming It. RQ1, 25 de março de 2024. Disponível em <https://rq1.substack.com/p/avoiding-the-news-isnt-the-same-as>.

CODDINGTON, MARK, E LEWIS, SETH. Do People Learn More about Politics on Shopping Sites than News Sites?. RQ1, 5 de setembro de 2023. Disponível em <https://rq1.substack.com/p/the-surprising-place-where-people>.

CODDINGTON, MARK, E LEWIS, SETH. How YouTube's recommendations pull you away from news. Nieman Lab, 12 de junho de 2024. Disponível em <https://www.niemanlab.org/2024/06/how-youtubes->

FONTES PARA APROFUNDAR O DEBATE

recommendations-pull-you-away-from-news/.

CODDINGTON, MARK; LEWIS, SETH. Why are politicians so negative?

(Hint: It's a media problem). Nieman Lab, 30 de abril de 2024.

Disponível em <https://www.niemanlab.org/2024/04/why-are-politicians-so-negative-hint-its-a-media-problem/>.

CUNLIFFE-JONES, PETER; GRAVES, LUCAS. Fact-checking journalism is evolving, not stagnating. Nieman Lab, 01 de janeiro de 2024.

Disponível em <https://www.niemanlab.org/2024/01/fact-checking-journalism-is-evolving-not-stagnating/>.

D'ANGELO, ANA. OCDE: Como construir políticas contra

desinformação e proteger a liberdade de expressão. Desinformante,

5 de março de 2024. Disponível em <https://desinformante.com.br/politicas-desinformacao-liberdade-expressao/>.

DECK, ANDREW. Indian journalists are on the frontline in the fight against election deepfakes. Nieman Lab, 22 de maio de

2024. Disponível em <https://www.niemanlab.org/2024/05/indian-journalists-are-the-frontline-against-election-deepfakes/>.

DIAS, MARINA. O que fazer para combater a desinformação nas eleições?. Agência Pública, 20 de abril de 2022. Disponível

em <https://apublica.org/2022/04/o-que-fazer-para-combater-a-desinformacao-nas-eleicoes/>.

FERREIRA, LUCIA MARIA TEIXEIRA. Inteligência artificial na propaganda político-eleitoral. JOTA, 5 de junho de 2024.

Disponível em <https://www.jota.info/opiniao-e-analise/colunas/ia-regulacao-democracia/inteligencia-artificial-na-propaganda-politico-eleitoral-05062024>.

FLETCHER, RICHARD. Have News Audiences Become More Polarised over

Time?. Reuters Institute for the Study of Journalism, 15 de junho de 2022. Disponível em <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2022/have-news-audiences-become-more-polarised-over-time>.

GANDOUR, RICARDO. Um Novo Ecossistema Informativo: como a fragmentação digital está moldando a forma pela qual produzimos e consumimos notícias. Knight Center for Journalism in the Americas. <https://livrandante.com.br/livros/ricardo-gandour-um-novo-ecossistema-informativo-como-fragmentacao-digital-esta-moldando-forma-pela-qual-produzimos-e-consumimos-noticias/>.

GROTHAUS, MICHAEL. A teoria conspiratória da “internet morta” parece cada vez mais real. Fast Company Brasil, 20 de abril de 2024. Disponível em <https://fastcompanybrasil.com/tech/a-teoria-conspiratoria-da-internet-morta-parece-cada-vez-mais-real/>.

HEIKKILÄ, MELISSA. AI Language Models Are Rife with Different Political Biases. Technology Review, agosto de 2023. Disponível em <https://www.technologyreview.com/2023/08/07/1077324/ai-language-models-are-rife-with-political-biases/>.

NELSON, JACOB L. Is journalism’s trust problem about money, not politics?. Nieman Lab, 26 de junho de 2024. Disponível em <https://www.niemanlab.org/2024/06/is-journalisms-trust-problem-about-money-not-politics/>.

LANGER, ANDRÉ. “As teorias da conspiração são muito benéficas para as grandes empresas”. Entrevista com Peter Krekó. Unisinos.br, 8 de junho de 2024. Disponível em <https://www.ihu.unisinos.br/640101-as-teorias-da-conspiracao-sao-muito-beneficas-para-as-grandes-empresas-entrevista-com-peter-kreko>.

FONTES PARA APROFUNDAR O DEBATE

LOBO, BRUNO FONSECA. A polifonia digital e a política.

Observador, 2 de abril de 2024. Disponível em <https://observador.pt/opinioao/a-polifonia-digital-e-a-politica/>.

MARSIGLIA, ANDRÉ. Fake News é crime?. Exame.com, 2 de maio de

2024. Disponível em <https://exame.com/colunistas/instituto-millennium/fake-news-e-crime/>.

MAURICIO, EDUARDO; PITA, LUCAS. Brasil já possui legislação

robusta para combater as fake news. Consultor Jurídico, 04 de junho de 2024. Disponível em <https://www.conjur.com.br/2024-jun-04/brasil-ja-possui-legislacao-robusta-para-combater-as-fake-news/>.

MENDONÇA, RICARDO FABRINO; FILGUEIRAS, FERNANDO E ALMEIDA,

VIRGILIO. Algoritmos controlam sociedade e tomam decisões de vida ou morte. Folha de S.Paulo, 7 de abril de 2021. Disponível em <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrissima/2021/04/algoritmos-controlam-sociedade-e-tomam-decisoes-de-vida-ou-morte.shtml>.

MÜLLER, CARLOS ALVES. Desinformação não é guerra, mas é a

política por outros meios. Instituto Palavra Aberta, 9 de novembro de 2018. Disponível em <https://www.palavraaberta.org.br/artigo/desinformacao-nao-e-guerra-mas-e-a-politica-por-outros-meios>.

NALON, TAI. Eficaz e necessária, checagem de fatos não é

salvação, tampouco censura. Aosfatos.org, 4 de maio de 2024. Disponível em <https://www.aosfatos.org/noticias/checagem-de-fatos-salvacao-tampouco-censura/>.

NAPOLI, PHILIP M; ROYAL, ASA. What's with the rise of 'fact-

based journalism'? Nieman Lab, 29 de maio de 2024. Disponível em [https://www.niemanlab.org/2024/05/whats-with-the-rise-of-fact-](https://www.niemanlab.org/2024/05/whats-with-the-rise-of-fact-based-journalism/)

based-journalism/.

NONÔ, MANUELLA DA SILVA. Ação judicial no combate às fakes news no processo eleitoral. Leg.br, março de 2024. Disponível em <https://bd.camara.leg.br/bd/items/8e0d5778-eea9-4cd1-ad89-8a78d3db5fb0/full>.

ORSI, CARLOS. Desinformação é o novo pânico moral?. QC, 4 de novembro de 2023. Disponível em <https://revistaquestaodeciencia.com.br/apocalipse-now/2023/11/04/desinformacao-e-o-novo-panico-moral>.

OSMAN, MAGDA. Disinformation often gets blamed for swaying elections, but the research isn't so clear. Nieman Lab, 29 de janeiro de 2024. Disponível em <https://www.niemanlab.org/2024/01/disinformation-often-gets-blamed-for-swaying-elections-but-the-research-isnt-so-clear>.

PEDRO, VANESSA. As várias dimensões das fake news e a relação com os modelos de produção jornalística. ObjETHOS, 01 de julho de 2024. Disponível em <https://objethos.wordpress.com/2024/07/01/as-varias-dimensoes-das-fake-news-e-a-relacao-com-os-modelos-de-producao-jornalistica/>.

PHILP, ROWAN. With elections looming worldwide, here's how to identify and investigate AI audio deepfakes. Nieman Lab, 26 de abril de 2024. Disponível em <https://www.niemanlab.org/2024/02/with-elections-looming-worldwide-heres-how-to-identify-and-investigate-ai-audio-deepfakes/>.

RIBEIRO, HUMBERTO. Liberdade para denunciar ameaças à liberdade: um direito fundamental em xeque. JOTA, 20 de junho de 2024. Disponível em <https://www.jota.info/opiniao-e-analise/artigos/>

FONTES PARA APROFUNDAR O DEBATE

liberdade-para-denunciar-ameacas-a-liberdade-um-direito-fundamental-em-xeque-20062024.

RÔMANY, ÍTALO. Liberdade de expressão não é absoluta e tem limites constitucionais; entenda. Agência Lupa, 25 de abril de 2024. Disponível em <https://lupa.uol.com.br/jornalismo/2024/04/25/liberdade-de-expressao-nao-e-absoluta-e-tem-limites-constitucionais-entenda>.

SINGH, MANVIR. Don't Believe what they're telling you about misinformation. The New Yorker, 15 de abril de 2024. Disponível em <https://www.newyorker.com/magazine/2024/04/22/dont-believe-what-theyre-telling-you-about-misinformation>.

TOFF, BENJAMIN, ET AL. Five Things News Media Can Do to Respond to Consistent News Avoidance. Reuters Institute for the Study of Journalism, 16 de janeiro de 2024. Disponível em <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/news/five-things-news-media-can-do-respond-consistent-news-avoidance>.

TOFF, BENJAMIN, ET AL. So who are the consistent news avoiders?. Nieman Lab, 30 de novembro de 2023. Disponível em <https://www.niemanlab.org/2023/11/so-who-are-the-consistent-news-avoiders/>.

VIANA, NATALIA. Qual é a real ameaça da inteligência artificial nas eleições?. Agência Pública, 19 de março de 2024. Disponível em <https://apublica.org/2024/03/qual-e-a-real-ameaca-da-inteligencia-artificial-nas-eleicoes/>.

WARDLE, CLAIRE. Noticias Falsas. Es Complicado. First Draft, 14 de março de 2017. Disponível em <https://firstdraftnews.org/articles/noticias-falsas-es-complicado/>.

Relatórios

ARTICLE 19. **The Global Expression Report 2024.** Atualizado em 17 de maio de 2024. Disponível em <https://www.globalexpressionreport.org/>.

CENTER FOR NEWS, TECHNOLOGY & INNOVATION. **Most ‘Fake News’ Legislation Risks Doing More Harm than Good amid a Record Number of Elections in 2024.** Publicado em 18 de janeiro de 2024. Disponível em <https://innovating.news/article/most-fake-news-legislation-risks-doing-more-harm-than-good-amid-a-record-number-of-elections-in-2024/>.

COALIZÃO DIREITOS NA REDE. **Referências Internacionais em regulação de plataformas digitais: bons exemplos e lições para o caso brasileiro.** 23 de abril de 2024. Disponível em https://desinformante.com.br/wp-content/uploads/2024/04/WEB_V3-Relatorio-sobre-ref-internacionais-em-regulacao-de-plataformas_19-04.pdf.

EUROPOL. **Facing reality? Law enforcement and the challenge of deepfakes, an observatory report from the Europol Innovation Lab.** Publications Office of the European Union, Luxembourg, 2022. Disponível em <https://www.europol.europa.eu/publications-events/publications/facing-reality-law-enforcement-and-challenge-of-deepfakes#downloads>.

FOLK OG FØRSVAR. **Falske nyheter og konspirasjoner.** Publicado em 25 de março de 2021. Disponível em <https://folkogforsvar.no/tema/sikkerhet-beredskap/falske-nyheter-og-konspirasjoner/>.

FONTES PARA APROFUNDAR O DEBATE

FREEDOM HOUSE. The Crisis of Social Media. 2019. Disponível em <https://freedomhouse.org/report/freedom-net/2019/crisis-social-media>.

INTERNATIONAL IDEA. Perceptions of Democracy: A Survey about How People Assess Democracy around the World. Publicado em 10 de abril de 2024, <https://www.idea.int/publications/catalogue/perceptions-of-democracy-survey>.

NEWSGUARD. Elections Misinformation Tracker. 2024. Disponível em <https://www.newsguardtech.com/special-reports/2024-elections-misinformation-tracker/>.

OBERCOM. IBERIFIER - Impacto da Desinformação na Indústria dos Media em Portugal e Espanha. Publicado em 15 de fevereiro de 2023. Disponível em <https://obercom.pt/iberifier-impacto-da-desinformacao-na-industria-dos-media-em-portugal-e-espanha/>.

ORGANIZAÇÃO PARA A COOPERAÇÃO E O DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO. Hechos frente a falsedades: Fortaleciendo la democracia a través de la integridad de la información. OECD Publishing, Paris, 2024. Disponível em https://www.oecd.org/es/publications/hechos-frente-a-falsedades-fortaleciendo-la-democracia-a-traves-de-la-integridad-de-la-informacion_06f8ca41-es.html.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS. Integridade da Informação nas Plataformas Digitais: Informe do Secretário-Geral da ONU. Brasil, 20 de outubro de 2023. Disponível em <https://brasil.un.org/pt-br/249996-integridade-da-informa%C3%A7%C3%A3o-nas-plataformas-digitais-informe-do-secret%C3%A1rio-geral-da-onu>.

PEW RESEARCH CENTER. Representative Democracy Remains a Popular Ideal, but People Around the World Are Critical of How

FONTES PARA APROFUNDAR O DEBATE

It's Working. Fevereiro de 2024. Disponível em <https://www.pewresearch.org/global/2024/02/28/representative-democracy-remains-a-popular-ideal-but-people-around-the-world-are-critical-of-how-its-working/>.

REPÓRTERES SEM FRONTEIRA. Ranking Mundial da Liberdade de Imprensa 2024: jornalismo sob pressão política. Rsf.org, 2024. Disponível em https://rsf.org/pt-br/ranking-mundial-da-liberdade-de-imprensa-2024-jornalismo-sob-press%C3%A3o-pol%C3%ADtica?year=2024&data_type=general.

REUTERS INSTITUTE FOR THE STUDY OF JOURNALISM. Digital News Report 2023. 2024. Disponível em <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/es/digital-news-report/2023>.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS PARA A EDUCAÇÃO, A CIÊNCIA E A CULTURA. O jornalismo é um bem público: Tendências Mundiais em matéria de liberdade de expressão e desenvolvimento da comunicação social, relatório global 2021/2022. Paris: UNESCO, 2021. Disponível em https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000379826_por.

WORLD ECONOMIC FORUM. Global Risks Report 2024. Weforum.org, 10 de janeiro de 2024. Disponível em <https://www.weforum.org/publications/global-risks-report-2024/digest/>.

Trabalhos acadêmicos

ADAM, DAVID. **Misinformation Might Sway Elections – but Not in the Way That You Think.** *Nature*, vol. 630, no 8018, 2024, p. 807-809. Disponível em <https://www.nature.com/articles/d41586-024-01696-z>.

AHMAD, WAJEEHA, ET AL. **Companies Inadvertently Fund Online Misinformation despite Consumer Backlash.** *Nature*, vol. 630, n. 8015, 2024, p. 123-131. Disponível em <https://www.nature.com/articles/s41586-024-07404-1>.

ALTAY, SACHA, ET AL. **A survey of expert views on misinformation: Definitions, determinants, solutions, and future of the field.** *Harvard Kennedy School Misinformation Review*, v. 4, n. 4, p. 1-34, 2023. Disponível em <https://misinforeview.hks.harvard.edu/article/a-survey-of-expert-views-on-misinformation-definitions-determinants-solutions-and-future-of-the-field/>.

ALVES DOS SANTOS JUNIOR, M.; B. WASHINGTON NICHOLS. **Modelos de financiamento da desinformação: uma análise da monetização de websites hiperpartidários de direita.** *E-Compós*, maio de 2024. Disponível em <https://www.e-compos.org.br/e-compos/article/view/3021>.

ASLETT, KEVIN, ET AL. **Online Searches to Evaluate Misinformation Can Increase Its Perceived Veracity.** *Nature*, vol. 625, n. 7995, 2024, p. 548-556. Disponível em <https://www.nature.com/articles/s41586-023-06883-y>.

ARUGUETE, NATALIA, ET AL. **Framing Fact-Checks as a ‘Confirmation’ Increases Engagement with Corrections of Misinformation: A Four-Country Study.** *Scientific Reports*, vol. 14, n. 1, 2024, p. 1-12. Disponível em <https://www.nature.com/articles/s41598-024-53337-0>.

BETAKOVA, DOMINIKA, ET AL. **I Do Not (Want to) Know! The Relationship between Intentional News Avoidance and Low News Consumption.** *Mass Communication & Society*, 2024, p. 1-28. Disponível em <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/15205436.2024.2304759>.

DOURADO, TATIANA, ET AL. **Fraude nas urnas e contestação eleitoral no Brasil: análise multiplataforma de atores políticos, viés conspiratório e moderação de conteúdo.** *Opinião Pública*, vol. 30, 2024, p. e3017. Disponível em <https://www.scielo.br/j/op/a/8swtyWjqKG7fM4GWTf4d4rm/?lang=pt>.

ECKER, U.K.H.; LEWANDOWSKY, S.; COOK, J., ET AL. **The psychological drivers of misinformation belief and its resistance to correction.** *Nat Rev Psychol* 1, 2022, 13-29. Disponível em <https://www.nature.com/articles/s44159-021-00006-y>.

GRASSI, AMARO; RUEDIGER, MARCO AURELIO. (COORD.). **Consumo de mídias digitais no Brasil: um mapeamento das dietas informacionais e dos usos de plataformas digitais no contexto nacional.** Rio de Janeiro: FGV ECMI, 2023. 53 p. Disponível em <https://repositorio.fgv.br/items/555ddf92-677b-457e-abbc-b147f364cf99>.

GRADY, REBECCA HOFSTEIN, ET AL. **Nevertheless, Partisanship Persisted: Fake News Warnings Help Briefly, but Bias Returns with Time.** *Cognitive Research: Principles and Implications*, vol. 6, n. 1, 2021. Disponível em <https://cognitiveresearchjournal.springeropen.com/articles/10.1186/s41235-021-00315-z>.

HORVATH, L.; STEVENS, D.; BANDUCCI, S.; POPP, R.; COAN, T.. **Correcting campaign misinformation: Experimental evidence from a two-wave panel study.** *Harvard Kennedy School (HKS) Misinformation Review*, 2024. Disponível em <https://misinforeview.hks.harvard.edu/article/correcting-campaign-misinformation-experimental-evidence-from-a-two-wave-panel-study/>.

LEWANDOWSKY, STEPHAN, ET AL. **Misinformation and the Epistemic Integrity of Democracy.** *Current Opinion in Psychology*, vol. 54, n. 101711, 2023, p. 101711. Disponível em <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2352250X23001562?via%3Dihub>.

MAZZEI, ANDRÉA TÔGO. **Liberdade de expressão: um comparativo entre o caso New York Times v. Sullivan e a abordagem adotada pelo STF no Inquérito Judicial nº 4.781/DF.** Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Direito), Universidade de Brasília, Brasília, 2020. Disponível em <https://bdm.unb.br/handle/10483/26860>.

MICHAEL, ROBERT B.; BROOKE O. BREAUX. **The Relationship between Political Affiliation and Beliefs about Sources of ‘Fake News’.** *Cognitive Research: Principles and Implications*, vol. 6, n. 1, 2021. Disponível em <https://cognitiveresearchjournal.springeropen.com/articles/10.1186/s41235-021-00278-1>.

NONÔ, MANUELLA DA SILVA. **Guerra eleitoral, fake news e a tentativa de regulamentar o uso da internet.** *Cadernos Aslegis*, Brasília, n. 63, p. 163-183, 2º semestre 2022. Disponível em <https://bibliotecadigital.tse.jus.br/xmlui/handle/bdtse/11682>.

PRIKE, TOBY, ET AL. **Source-Credibility Information and Social Norms Improve Truth Discernment and Reduce Engagement with Misinformation Online.** *Scientific Reports*, vol. 14, n. 1, 2024, p. 1-11. Disponível em <https://www.nature.com/articles/s41598-024-57560-7>.

ROSSINI, P.; MONT’ALVERNE, C.; KALOGEROPOULOS, A.. **Explaining beliefs in electoral misinformation in the 2022 Brazilian election: The role of ideology, political trust, social media, and messaging apps.** *Harvard Kennedy School (HKS) Misinformation Review*, 2023. Disponível em <https://misinforeview.hks.harvard.edu/article/explaining-beliefs-in-electoral-misinformation-in-the-2022->

brazilian-election-the-role-of-ideology-political-trust-social-media-and-messaging-apps/.

SIMON, F. M.; ALTAY, S.; MERCIER, H.. **Misinformation reloaded? Fears about the impact of generative AI on misinformation are overblown.** Harvard Kennedy School (HKS) Misinformation Review, 2023. Disponível em <https://misinforeview.hks.harvard.edu/article/misinformation-reloaded-fears-about-the-impact-of-generative-ai-on-misinformation-are-overblown/>.

SIRLIN, N., EPSTEIN, Z., ARECHAR, A. A., & RAND, D. G.. **Digital literacy is associated with more discerning accuracy judgments but not sharing intentions.** Harvard Kennedy School (HKS) Misinformation Review, 2021. Disponível em <https://misinforeview.hks.harvard.edu/article/digital-literacy-is-associated-with-more-discerning-accuracy-judgments-but-not-sharing-intentions/>.

Livros

O'NEIL, CATHY. **Algoritmos de destruição em massa.** Editora Rua do Sabão, 2021. Disponível em <https://www.amazon.com.br/Algoritmos-Destrui%C3%A7%C3%A3o-Massa-Cathy-ONeil/dp/6586460026>.

WARDLE, CLAIRE; DERAKHSHAN, HOSSEIN. **Desordem informacional: para um quadro interdisciplinar de investigação e elaboração de políticas públicas.** Estrasburgo: Council of Europe, 2023. Disponível em <https://www.cle.unicamp.br/ebooks/index.php/publicacoes/catalog/book/93>.

Leis e normatizações

BRASIL - GOVERNO FEDERAL. **Pacto Internacional de Direitos Civis e Políticos (1966)**. Decreto 592, de 6 de julho DE 1992. Disponível em http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/1990-1994/d0592.htm.

BRASIL - TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL. **Propaganda eleitoral**. Resolução 23.610, de 18 de dezembro de 2019 (redação dada pela Resolução 23.732/2024). Disponível em <https://www.tse.jus.br/legislacao/compilada/res/2019/resolucao-no-23-610-de-18-de-dezembro-de-2019>.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS. **Declaração Universal dos Direitos Humanos, 1948**. Disponível em <https://www.unicef.org/brazil/declaracao-universal-dos-direitos-humanos>.

As imagens usadas neste relato são da Freepik e foram produzidas com auxílio de Inteligência Artificial.



Conhecimento é **inteligência** para agir

Daniela Germann - DRT RS 5412/95

(48) 99104-5267

daniela@e-comtextos.com.br

Luciano Bitencourt - DRT SC 5442/95

(48) 99911-9447

luciano@e-comtextos.com.br

DESINFORMAÇÃO EM ELEIÇÕES

RELATO EXPLORATÓRIO
SUPER CICLO ELEITORAL
EDIÇÃO ESPECIAL - JULHO DE 2024

Para pautar decisões, orientar ações futuras e superar vulnerabilidades ocasionadas pela desinformação, oferecemos uma jornada de produção que alia métodos analíticos, apuração jornalística e competências informacionais.



Acesse nosso site