

**FAKE NEWS EM AMBIENTES VIRTUAIS*****FAKE NEWS IN VIRTUAL ENVIRONMENTS***

Vitor de Almeida Ribeiro – vitordealmeida2016@hotmail.com  
Faculdade de Tecnologia de Taquaritinga (Fatec) – Taquaritinga – SP – Brasil

Mônica Cristina Servidoni – monica.servidoni01@fatec.sp.gov.br  
Faculdade de Tecnologia de Taquaritinga (Fatec) – Taquaritinga – SP – Brasil

**DOI: 10.31510/inf.v19i2.1477**

Data de submissão: 01/09/2022

Data do aceite: 28/11/2022

Data da publicação: 20/12/2022

**RESUMO**

O número de usuários nos ambientes virtuais cresceu nas últimas décadas, permitindo a interação das pessoas próximas ou com gosto em comum. Ligado a este crescimento a quantidade de conteúdo publicado, compartilhado ou encaminhando aumentou consideravelmente, fazendo com que o conteúdo fraudado chegue facilmente aos usuários dispostos a recebê-lo. O combate das fake news é obrigação dos usuários, das plataformas, das autoridades e instituições, porém o Tribunal Superior Eleitoral preocupado com o aproximar das eleições vem solicitando que as redes sociais e os serviços de mensagem privada tomem ações para evitar a disseminação de fake news. O presente artigo procura a partir de uma revisão bibliográfica verificar as ações tomadas para reduzir o número das fake news circulando pelos ambientes virtuais. Por fim, considerando as ações levantadas no artigo ficou evidenciado que as redes sociais e os serviços de mensagem instantânea, mesmo com respaldo jurídico limitado, estão reduzindo o alcance ou removendo os conteúdos fraudulentos a partir das denúncias dos próprios usuários, além de usar a própria tecnologia disponível para conseguir analisar o maior número de publicações na rede, o que levaria muito tempo se fosse realizado por humano.

**Palavras-chave:** Fake News. Ambientes virtuais. Democracia

**ABSTRACT**

The number of users in virtual environments has grown in the last decades allowing the interaction of people who are close to each other or have a common taste. Linked to this growth, the amount of content published, shared, or forwarded has increased, making fraudulent content easily reach users prone to receive it. The fight against fake news is an obligation of users, platforms, authorities, and institutions. However, the Superior Electoral Court, concerned about the approach of the elections, has been requesting social networks and private messaging services to take actions to prevent the dissemination of fake news within their platforms. The present article has the objective of verifying the actions taken to reduce the number of fake news circulating in virtual environments, based on a literature review. Finally, considering the actions raised in the article, it was evident that social networks and instant messaging services,

even with limited legal support, are reducing the reach or removing fraudulent content based on complaints from users, in addition to using their own technology available to be able to analyze the largest number of publications on the network, which would take a long time if performed by a human.

**Keywords:** Fake news. Virtual environment. Democracy

## 1 INTRODUÇÃO

Em pesquisa realizada pelo Instituto Brasileiro Geografia e Estatística (IBGE) mostrou que cerca de 80% dos domicílios têm acesso à internet, sendo que, a principal finalidade da internet é para troca de mensagens de texto, voz ou imagens por aplicativos. Ao relacionar com outras pesquisas, as pessoas fazem o uso da internet para se comunicar com os amigos ou familiares pelas redes sociais (RONDINELLI, 2020).

O avanço tecnológico estreitou a comunicação de longa distância entre as pessoas, contribuindo para reduzir o tempo de uma mensagem de dias para segundos. Graças às redes sociais e os serviços de mensagem instantânea, as pessoas conseguem compartilhar suas vivências, seus conhecimentos e suas opiniões. Esses benefícios podem ter intensificado problemas existentes na sociedade, como exemplo as fake news (REGITAN, 2021).

Ao tratar as fake news como um problema, as redes sociais e os serviços de mensagem instantânea precisam combatê-las, principalmente por conta do compartilhamento sem a checagem devida do conteúdo publicado. A implementação de mecanismo para coibir os conteúdos manipulados, visando reduzir o número de notícias de cunho duvidoso no ambiente virtual é imprescindível (TERTO, 2017).

Portanto, a partir de uma revisão bibliográfica do conteúdo desenvolvidos pelos meios jornalísticos, as divulgações técnicas sobre o assunto e os informativos institucionais das próprias redes sociais, objetiva-se verificar quais são as ações tomadas em controlar o que é publicado, compartilhado ou enviado no espaço virtual, além de aferir a existência de mecanismos em operação para o controle e remoção do conteúdo considerado fraudulento.

Por isso, justifica-se o presente artigo pelo interesse da comunidade acadêmica, sociedade e autoridades do Estado, principalmente a justiça eleitoral sobre o impacto das fake news no ambiente virtual, considerando a existência de novas legislações vigentes que regulam o uso da internet e o alto número de pessoas que estão sujeitas a receber ou transmitir conteúdo inverídico, mostrando os caminhos traçados de como as redes sociais e os aplicativos de

mensagem privada podem gerenciar o conteúdo que circula na rede, sem ferir a legislação vigente.

## 2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

### 2.1 Conceito

A tradução literal do termo *fake news*, sendo "fake" para falso e "news" para notícias, segundo professores, juristas e jornalistas não é correta por trazer o entendimento de que houve uma falha ao gerar o conteúdo, sendo consenso entre os especialistas e acadêmicos que a tradução aceitável do termo é "notícia fraudulenta", ou seja, conteúdo manipulado composto de intencionalidade (PERES, 2018).

As fake news estão presentes na sociedade há anos, porém ganharam espaços com advento das redes sociais, obtendo maior notoriedade pela sociedade após a eleição dos Estados Unidos da América em 2016, a saída do Reino Unido da União Europeia, então evento conhecido por Brexit e a crise sanitária do Novo Coronavírus que atingiu o mundo (CAIXETA, 2021).

É possível notar que as fake news aparecem em diversos pontos da história, muita das vezes marcada em grande momento político ou de guerra. Durante a Segunda Guerra Mundial, era comum rádio Alemãs falsas com o intuito de tecer comentários contrários a Adolf Hitler, ou seja, utilizava-se da mentira como auxílio na derrubada do Nazismo. Na política encontramos publicações fraudadas presentes no regime comunista da União das Repúblicas Socialista Soviética (URSS), a partir da manipulação de imagens removendo líderes soviéticos que não estavam mais alinhados com Josef Stalin. Analisando os dois marcos históricos a definição de fake news pode estar relacionada a diferenças políticas, sociais e ideológicas (ALVES e MACIEL, 2020).

### 2.1 O aumento de usuários nos ambientes virtuais

Há quase duas décadas o número de usuários da internet cresceu exponencialmente, marcando evolução na maneira de se comunicar entre as pessoas. Essa mudança tecnológica

permitiu que as pessoas separadas por longa distância consigam se comunicar pelo envio de mensagem de textos, áudios, vídeos ou imagens. (TOMAÉI; ALCARÁ e DI CHIARA, 2005).

O aumento dos usuários contribuiu para alta disseminação das notícias fraudulentas, muito por conta do mecanismo das redes sociais de encaminhar, compartilhar e curtir. A estrutura das redes sociais faz com que o conteúdo manipulado viralize, ou seja, chegue facilmente a um número massivo de pessoas dispostas a recebê-la (PÉCHY, 2019).

Segundo Zenha (2018) as redes sociais são locais que centralizam pessoas em um ambiente virtual com características em comum, possibilitando o contato com a evolução da sociedade a partir do compartilhamento de opiniões e ideias.

## **2.2 Dificuldade em reconhecer fake news nas redes sociais**

Em pesquisa realizada pela Kaspersky na América Latina apontou que 70% das pessoas entrevistadas possuem dificuldade em identificar fake news nas redes sociais. Analisando os dados por país, os peruanos aparecem no topo da lista, representado por 79% das pessoas que não sabem compreender se uma notícia é real ou falsa. A lista traz o Brasil atrás de diversos países, como a Colômbia, o Chile, a Argentina e o México, onde 62% dos brasileiros dizem que têm dificuldade em reconhecer fake news no ambiente virtual, sendo que, somente 2% dos brasileiros entrevistados não sabem o significado do termo. (KASPERSKY, 2020).

O Centro para a inovação em Governança Internacional em pesquisa publicada no Canadá, agregando em seus dados resposta de mais de 25 nacionalidades, demonstrou que 86% dos entrevistados foram vítimas de fake news, sendo que, para 82% das pessoas definem as redes sociais responsáveis por esta propagação. A maior parte dos entrevistados entendem que a educação e o controle dos conteúdos publicados nas redes sociais são os melhores caminhos a serem tomados para combater as fake news. Na mesma pesquisa apontou que a censura por parte do Estado, não é uma solução plausível no combate das notícias fraudulentas (AFP, 2019).

## **2.2 O combate das fake news pelo Tribunal Superior Eleitoral**

Um governo do povo passará pelo sufrágio universal de forma a garantir alternância de poder, a qual ocorre a partir da eleição, que no Brasil é regida pela Constituição Federal e organizada pelos órgãos da Justiça Eleitoral, composta pelo Tribunal Superior Eleitoral (TSE),

os Tribunais Regionais Eleitorais (TRE), os Juízes e as Juntas Eleitorais. (CONSTITUIÇÃO, 1988)

Os órgãos da Justiça Eleitoral do Brasil desde a eleição dos Estados Unidos da América de 2016 e o *Brexit* ocorrido na Europa, pela saída do Reino Unido da União Europeia, elevaram a preocupação pelo alto número de notícias fraudulentas disseminadas nas redes sociais. O Tribunal Superior Eleitoral (TSE) em parceria com a Agência Brasileira de Inteligência (Abin), Ministério da Defesa e Polícia Federal (PF) buscou mecanismos para frear a disseminação de fake news na lei eleitoral vigente, com força de trabalho e recursos físicos (MOURA E MARQUES, 2017).

O pleito eleitoral realizado em 2020 trouxe mudanças pontuais na forma de lidar com as fake news, a partir do Programa de Enfrentamento à Desinformação implantado pela Justiça Eleitoral, admitindo agências de checagem de notícias durante o período de 1º de outubro a 1º de dezembro, havendo alerta para 246 notícias, onde foram encontradas 76 notícias fraudulentas referente ao pleito (TSE, 2020).

Em coletiva após a apuração das urnas, o então presidente do Tribunal Superior Eleitoral, ministro Luís Roberto Barroso levando em consideração a redução da polarização política no país, aferiu maior efetividade na redução da influência das fake news no processo eleitoral, após a implantação dos mecanismos de checagem, parcerias com as mídias sociais e a ampla divulgação de conteúdo explicativos (AGÊNCIA SENADO, 2020).

### **3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS**

Foi realizada uma revisão bibliográfica para construir a base deste artigo a fim de articular autores, artigos e relatórios publicados que pudessem permitir visualizar se as redes sociais e serviços de mensagens instantâneas estão combatendo as fake news.

### **4 RESULTADOS E DISCUSSÃO**

O regime democrático está presente em diversos países, sendo o garantidor da soberania de um país pelo seu povo. A democracia pode ser exercida de diferentes formas, sendo direta, representativa ou participativa (BRASIL ESCOLA, 2022). O sistema democrático é o modelo escolhido pelos brasileiros, logo no Art. 1º da Constituição, conhecida por Constituição Cidadã, está escrito que o Brasil constitui de um Estado Democrático de Direito, onde todo poder emana

do povo (CONSTITUIÇÃO, 1988). A clareza do caminho que o povo brasileiro, representado por seus legisladores traçou com o passar do tempo, demonstra a necessidade da manutenção deste regime.

A desinformação desde que o ser humano começou a se comunicar existe, sendo responsável por mudanças políticas, econômicas e sociais. Elevando os tempos atuais, mais precisamente após a eleição de 2016 nos Estados Unidos da América, percebeu o aumento da circulação de notícias fraudadas nos ambientes virtuais, ascendendo o risco para o fim do regime democrático. Esta preocupação pode estar relacionada pela alta capacidade de divulgação em massa do conteúdo falsificado por usuários comuns em redes sociais, mostrando-se capaz de alterar votos, modificar caminhos traçados pela nação ou instaurar barbárie por conta de uma convulsão social (AGLANTZAKIS, 2020).

As fake news no contexto das redes sociais ou aplicativos de mensagem instantânea, são publicações com o intuito de levar ao receptor informações que ele tende a acreditar, mas não necessariamente seja uma verdade. As notícias fraudulentas têm o poder de trazer ao emissor ganhos políticos, midiáticos, financeiros ou respaldos sociais, sendo que o uso delas podem causar grande comoção social e levar a ações perigosas, como ataque à reputação, agressões verbais ou físicas, isolamento e até a morte (BARBOZA e SERVIDONE, 2021).

O combate das notícias fraudulentas possui alta complexidade em sua identificação, por se tratar de uma notícia que parece ser fidedigna. Antes da popularização das redes sociais, as notícias se limitavam ao rádio, televisão ou jornal, conhecidos como mídias tradicionais. Em pesquisa realizada pela Associação Brasileira de Comunicação Empresarial (Aberje) durante 27 de fevereiro a 4 de abril de 2018, contando com participação de 52 organizações, mostrou que as empresas tendem a acreditar mais nos veículos de comunicação tradicionais, relacionando a um jornalismo de maior credibilidade (SANTOS, 2018).

A partir do advento das redes sociais, principalmente pela democratização da internet, qualquer pessoa consegue publicar, compartilhar ou comentar sobre assuntos diversos, sem conhecimento prévio. As pessoas acreditam estar navegando pela rede em anonimato, ou seja, sem a possibilidade de sua identificação, porém existem leis que regulam sobre o assunto, como exemplo a Lei nº 12.737/2012 dos Crimes Cibernéticos e a Lei nº 12.965/2014, conhecida como Marco Civil da Internet, demonstrando que o autor não está impune no ambiente virtual dos crimes cometidos (TORRES, 2019).

A existência de diversos conteúdos publicados a respeito do combate das fake news no espectro dos usuários, faz com que o receptor tome posições ao identificar uma notícia

fraudulenta, evitando compartilhar determinado conteúdo e denunciando aquilo que ele acredita não ser verdadeiro, porém se a plataforma onde o conteúdo foi criado não detém nenhum mecanismo para respaldar o usuário, o conteúdo publicado continuará circulando pela a rede, evidenciando a necessidade das redes sociais ou serviço de mensagem instantânea traçarem caminhos para reduzir o número massivo de notícias fraudulentas no ambiente virtual. (MENDES, 2022).

Diante das diversas categorias de fake news, algumas redes sociais ou aplicativo de mensagem instantânea possuem a tendência a serem escolhidas para divulgação do conteúdo fraudado. Em pesquisa do instituto Reuters, o Facebook foi apontado por 35% dos entrevistados estadunidenses como a rede social que mais possui fake news, entretanto o WhatsApp no Brasil foi citado por 35% dos usuários, demonstrando que essas plataformas possuem alto uso por divulgadores de conteúdos fraudados (AGÊNCIA BRASIL, 2020).

A identificação das fake News com vista a evitar sua disseminação é um grande desafio, principalmente com a intenção de não cair no autoritarismo ou ferir a liberdade de expressão. As plataformas vêm implementando mecanismos a partir das denúncias dos usuários, que ao recebê-la, encaminha para agência de checagem autorizada. A Agência Lupa, por exemplo, possui metodologia de checagem a partir da classificação por humano, analisando se o conteúdo é verdadeiro, se possui verdade em partes, se é muito cedo para classificar, exagerado, contraditório, insustentável ou falso (VALENTE, 2018).

O Facebook em 2018 firmou parcerias com as agências Aos Fatos e Agência Lupa, prontificando-se a fornecer as publicações que foram denunciadas pelos usuários as empresas de checagem, que fazem análises dos conteúdos e aquilo que for determinado como fraudulento, tem o seu alcance reduzido ou removido da rede (META, 2018).

O WhatsApp, pertencente à empresa Meta, apresentou a limitação da quantidade de vezes que o usuário encaminha as mensagens para outros usuários. A mudança foi implementada em 7 de abril de 2020, não permitindo enviar para mais de um grupo ou mais de cinco conversas. Segundo a empresa é uma forma de reduzir a divulgação em massa de uma mensagem e automaticamente combater a desinformação em seu aplicativo. Outro recurso implementado é para as mensagens que ficam com um texto “Encaminhada com frequência” após uma seta, alertando ao usuário que aquele conteúdo está sendo amplamente encaminhado. (WHATSAPP, 2020).

A rede social Twitter anunciou em 2020 que adicionaria novas ferramentas para combater fake news na plataforma. Ela começou a identificar a partir de figuras públicas suas

publicações e rotular quando falta informação mais precisa, for questionável ou fraudulento, além de mudar a coloração com o intuito de alertar os usuários. A empresa anunciou que traria um sistema de popularidade, a fim de evitar que contas falsas tenham notoriedade na rede (COLLINS, 2020).

No Telegram, aplicativo baseado em nuvem para a troca de mensagens entre usuários pela internet, até o início do ano de 2022, não foram encontradas ações realizadas pela empresa para combater as fake news. No Brasil a empresa foi contatada diversas vezes pelo TSE, que desde 2020, tenta firmar um acordo para ser implementado ferramentas para o combate de notícias fraudulentas no aplicativo, mas a empresa não respondeu a nenhum contato e quase sofreu sanções para atuarem no Brasil por decisão judicial (BRÍGIDO, 2022). Os representantes do Telegram, entendendo a gravidade do assunto, acataram as solicitações do tribunal e firmaram um acordo em maio de 2022 para combater as desinformações. Esse foi o primeiro acordo realizado pela empresa com um órgão eleitoral no mundo. Neste acordo está previsto até 31 de dezembro de 2022 a criação de um robô para tirar dúvidas de usuários sobre fake news e o TSE criará um canal para divulgação de informações sobre a eleição (OLIVEIRA, 2022).

## 5 CONCLUSÃO

As mudanças sociais, tecnológicas e políticas estão sendo notadas no ambiente virtual, onde verificou-se o aumento no número de usuários que passaram a fazer o uso diário das redes sociais e serviços de mensagens instantâneas, tornando o local público e democrático. Este aumento elevou a conexão entre as pessoas próximas ou gosto em comum, permitindo o envio de mensagens, notícias, vídeos, imagens e áudios. O benefício de permitir aos usuários compartilhar o seu dia a dia e receber o conteúdo de outros usuários escancarou problema existente na sociedade, as notícias fraudadas.

O Tribunal Superior Eleitoral (TSE), instituição do Brasil responsável em garantir as eleições necessárias para uma democracia, vem firmando parcerias com as redes sociais a fim de esclarecer o que são fake news. O esclarecimento chama atenção ao risco gerado quando permite a circulação das notícias fraudulentas nos ambientes virtuais, principalmente em período eleitoral, influenciando diretamente o voto do leitor, alterando o curso do país e gerando o risco para o fim do Estado Democrático de Direito.

As redes sociais e serviços de mensagem instantânea estão implementando ações para combater as fake news em seus ambientes, garantindo aos seus usuários ferramentas para denunciar aquilo que ele acredita não ser verdadeiro, sendo encaminhado para checadores classificar o conteúdo, que ao analisar a classificação, a rede determina se o alcance do conteúdo será reduzido ou removido. Outra ação encontrada é a marcação dos conteúdos de cunho duvidoso ou que vem sendo amplamente divulgado, demonstrando que as empresas estão buscando e removendo contas consideradas gerenciadas por robôs e não por humanos, sendo que elas são utilizadas para impulsionar os conteúdos fraudados, auxiliando no disparo em massa de conteúdo para o maior número de pessoas.

As fake news estão sendo combatidas, evidenciando as ações tomadas pelas redes sociais e os serviços de mensagem privadas, porém sem legislação específica sobre o assunto, aumenta o risco de ferir a liberdade de expressão dos usuários, muito por conta de haver ações dessincronizadas, faltando o esclarecimento do porquê o conteúdo teve seu alcance reduzido ou por qual motivo foi decidido removê-lo.

O número de trabalhos sobre o tema fake news é escasso, principalmente aqueles que estão relacionados às notícias fraudulentas nos ambientes virtuais, demonstrando a necessidade de expandir mais conteúdos acadêmicos sobre considerar as redes sociais como espaço público.

## REFERÊNCIAS

AGÊNCIA BRASIL. **Facebook é a maior plataforma de fake News, aponta pesquisa.**

2020. Disponível em:

[https://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/tecnologia/2020/06/17/interna\\_tecnologia,864689/facebook-e-a-maior-plataforma-de-fake-news-aponta-pesquisa.shtml](https://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/tecnologia/2020/06/17/interna_tecnologia,864689/facebook-e-a-maior-plataforma-de-fake-news-aponta-pesquisa.shtml). Acesso em: 21 set. 2022.

AGÊNCIA SENADO. **Barroso admite problemas, mas celebra primeiro turno das eleições municipais.** 2020. Disponível em:

<https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2020/11/16/barroso-admite-problemas-mas-celebra-primeiro-turno-das-eleicoes-municipais> . Acesso em: 2 set. 2022.

AGLANTZAKIS, Vick Mature. **Fake news como ameaça à democracia e os meios de controle de sua disseminação.** Revista de Teorias da Democracia e Direitos Políticos, [Florianópolis], v. 6, n. 1, p. 20-37, jan./jun. 2020. ISSN 2525-9660

AFP. **Pesquisa global revela que 86% dos internautas já acreditaram "fake news".** 2019.

Disponível em:

<https://exame.com/brasil/pesquisa-global-revela-que-86-dos-internautas-ja-acreditaram-fake-news/>. Acesso em: 25 ago. 2022.

ALVES, Marco Antônio Souza. Maciel, Emanuella Ribeiro Halfeld. **O fenômeno das fake news: definição, combate e contexto**. Disponível em: <https://revista.internetlab.org.br/o-phenomeno-das-fake-news-definicao-combate-e-contexto/> . Acesso em: 02 set. 2022.

BARBOZA, E. D.; SERVIDONI, M. C. **O IMPACTO DAS FAKE NEWS NA SOCIEDADE**. Revista Interface Tecnológica, [S. l.], v. 18, n. 1, p. 169–180, 2021. DOI: 10.31510/infa.v18i1.1168. Disponível em: <https://revista.fatectq.edu.br/interfacetecnologica/article/view/1168>. Acesso em: 8 mai. 2022.

BRASIL. Constituição (1988). Constituição da República Federativa do Brasil. Brasília, DF: Senado Federal: Centro Gráfico, 1988.

BRÍGIDO, Carolina. **Tse quer evitar bloqueio do Telegram por decisão judicial durante campanhas**. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/politica/tse-quer-evitar-bloqueio-do-telegram-por-decisao-judicial-durante-campanhas/>. Acesso em: 20 jul. 2022.

CAIXETA, Bruna Brenner Miranda. **Impactos causados pelas fake news na era da pós-verdade**. Disponível em: <http://repositorio.aee.edu.br/bitstream/aee/18212/1/Bruna%20Brenner%20Miranda.pdf> Acesso em: 1 set. de 2022.

COLLINS, Bem. **Twitter is testing new ways to fight misinformation — including a community-based points system**. Disponível em: <https://www.nbcnews.com/tech/tech-news/twitter-testing-new-ways-fight-misinformation-including-community-based-points-n1139931/>. Acesso em: 19 jul. 2022.

FORTES, Vinicius Borges; BALDISERRA, Wellington Antonio. Regulação das fake news e a Liberdade de Expressão: Uma análise a partir da reclamação 22.328 do Supremo Tribunal Federal – Revista Direitos Sociais e Políticas Públicas (UNIFAFIBE) v. 7, n. 3. p. 374-401, 2019. p. 377.

KASPERSKY. **62% dos brasileiros não sabem reconhecer uma notícia falsa**. Novo estudo da kaspersky visa mostrar os riscos que os internautas correm ao navegar desatentos. 2020. Disponível em: [https://www.kaspersky.com.br/about/press-releases/2020\\_62-dos-brasileiros-nao-sabem-reconhecer-uma-noticia-falsa/](https://www.kaspersky.com.br/about/press-releases/2020_62-dos-brasileiros-nao-sabem-reconhecer-uma-noticia-falsa/) . Acesso em: 25 ago. 2022.

MENDES, Felipe. **Twitter ganha recurso que permite denunciar fake news; veja como funciona**. Disponível em: <https://www.uol.com.br/tilt/noticias/redacao/2022/01/17/fake-news-no-twitter-veja-como-denunciar-noticia-falsa-na-plataforma.htm>. Acesso em: 27 ago. 2022.

META. **Facebook lança produto de verificação de notícias no brasil em parceria com aos fatos e agência lupa**. 2018. Disponível em: <https://about.fb.com/br/news/2018/05/facebook-lanca-produto-de-verificacao-de-noticias-no-brasil-em-parceria-com-aos-fatos-e-agencia-lupa/>. Acesso em: 18 jul. 2022.

MOURA, Rafael Moraes. MARQUES, Vítor. **TSE, DEFESA E ABIN TRAÇAM AÇÕES PARA BARRAR “FAKE NEWS”**. Disponível em:

<https://politica.estadao.com.br/noticias/geral,tse-defesa-e-abin-tracam-aco-es-para-barrar-fake-news,70002066861/>. Acesso em: 2 set. 2022.

OLIVEIRA, Pedro Ivo De. **Combate à desinformação: tse e telegram formalizam parceria**. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/comunicacao/noticias/2022/Maio/tse-e-telegram-formalizam-parceria-contr-desinformacao>. Acesso em: 20 jul. 2022.

PÉCHY, Amanda. **Estudo aponta que as fake news políticas cresceram 150% em dois anos. Campanhas de desinformação, principalmente em período eleitoral, se espalham pelo mundo e atingem 70 países, segundo estudo da universidade de oxford**. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/mundo/estudo-aponta-que-as-fake-news-politicas-cresceram-150-em-dois-anos>. Acesso em: 2 set. 2022.

PERES, Ana Cláudia. **Fake news são notícias fraudulentas**. Disponível em: <https://radis.ensp.fiocruz.br/index.php/home/entrevista/fake-news-sao-noticias-fraudulentas>. Acesso em: 27 jul. 2022.

PORFÍRIO, Francisco. "DEMOCRACIA"; Brasil Escola. Disponível em: <https://brasilecola.uol.com.br/sociologia/democracia.htm>. Acesso em: 23 jun. 2022.

REGITAN, Paola. **Como tirar partido da tecnologia no mundo atual, sem se deixar levar pelas fake news?**. Disponível em: <https://www.ibirapuera.br/como-tirar-partido-da-tecnologia-no-mundo-atual-sem-se-deixar-levar-pelas-fake-news/>. Acesso em: 21 set. 2022.

RONDINELLI, Júlia. **Como as redes sociais podem beneficiar pequenos empreendedores**. 11, fev de 2020. Disponível em: <<https://www.ecommercebrasil.com.br/noticias/redes-sociais-pequenos-empresendedores/>>. Acesso em: 01 set. 2022.

SANTOS, Claudiney. **Mídia tradicional ajuda a combater fake news, aponta pesquisa aberje**. Tiinside, 3, mai de 2018. Disponível em: <https://tiinside.com.br/03/05/2018/midia-tradicional-ajuda-a-combater-fake-news-aponta-pesquisa-da-aberje/>. Acesso em: 21 set. 2022.

WHATSAPP. **Sobre limites de encaminhamento**. Disponível em: [https://faq.whatsapp.com/759286787919153/?helpref=uf\\_share](https://faq.whatsapp.com/759286787919153/?helpref=uf_share). Acesso em: 18 jul. 2022.

TERTO, Caio Vinicius Fernandes; LUZ, Julio Cesar Martins. **Fake news nas redes sociais virtuais: o desafio da Justiça Eleitoral brasileira na preservação da democracia**. Revista Eleitoral, Natal, v. 31, p. 55-66, 2017. Acesso em: 1 set. 2022.

TOMAÉL, Maria Inês, ALCARÁ, Adriana Rosecler e DI CHIARA, Ivone Guerreiro. Das redes sociais à inovação. Ciência da Informação [online]. 2005, v. 34, n. 2 [Acessado 2 Agosto 2022], pp. 93-104. Disponível em: <<https://doi.org/10.1590/S0100-19652005000200010>>. Epub 12 Abr 2006. ISSN 1518-8353. <https://doi.org/10.1590/S0100-19652005000200010>. Acesso em: 2 ago. 2022.

TORRES. Lorena Lucena. **Direito à liberdade de expressão nas redes sociais: quais os limites?** JusBrasil, [2019]. Disponível em: <https://lucenatorres.jusbrasil.com.br/artigos/696017653/direito-a-liberdade-de-expressao-nas-redes-sociais-quais-os-limites>. Acesso em: 19 ago. 2022.

TSE. **Em dois meses de atuação, rede de checagem desmentiu 69 notícias falsas relacionadas ao processo eleitoral brasileiro.** 2020. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/comunicacao/noticias/2020/Dezembro/em-dois-meses-de-atuacao-rede-de-checagem-desmentiu-69-noticias-falsas-relacionadas-ao-processo-eleitoral-brasileiro>. Acessado em: 21 set. 2022.

VALENTE, Jonas. **Redes sociais adotam medidas para combater fake news nas eleições.** Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/politica/noticia/2018-07/redes-sociais-adotam-medidas-para-combater-fake-news-nas-eleicoes>. Acesso em 27 ago. 2022.

ZENHA, Luciana. **Redes sociais online: o que são as redes sociais e como se organizam?.** Caderno de Educação, ano 20 - n. 49, v.1, 2017/2018 - p. 19 a 42. Disponível em: <https://revista.uemg.br/index.php/cadernodeeducacao/issue/view/182/>. Acesso em: 2 ago. 2022