



# A DIVULGAÇÃO DE *FAKE NEWS* POLÍTICAS POR INFLUENCIADORES DIGITAIS: USO OU ABUSO DO DIREITO À INFORMAÇÃO?

## THE IMPACT OF POLITICS *FAKE NEWS* DISSEMINATION BY DIGITAL INFLUENCERS: USE OR ABUSE OF THE RIGHT TO INFORMATION?

Paula dos Santos Trindade<sup>1</sup>  
Luísa Matos Garcia<sup>2</sup>  
Otávio Augusto Milani Nunes<sup>3</sup>

### RESUMO

*Através nova dinâmica da realidade brasileira, em que é possível observar maiores oportunidades e maior fluxo de informações e notícias entre a sociedade, dando espaço para a eclosão de problemáticas ligadas à veracidade dessas informações, surgem as Fake News, termo inglês que designa toda notícia que não é verdadeira - seja sua disseminação intencional ou não -, o que põe em risco a confiabilidade dos dados desse espaço. Neste sentido, a presente pesquisa tem como principal objetivo compreender a assimilação e disseminação de Fake News por meio da investigação jurídica a respeito das consequências que essa disseminação de inverdades gera no contexto político brasileiro. Essa investigação e pesquisa científica, só foi possível através da aplicação método de abordagem indutivo, sobre o problema de pesquisa, a fim de responder o questionamento principal do trabalho, o qual é: “a propagação de notícias falsas por parte dos digitais influencers é danosa ao posicionamento político do cidadão brasileiro?”. Após a aplicação das análises metodológicas, observou-se que a popularização dos canais digitais e da disseminação de opiniões em ambientes virtuais por meio dos influenciadores digitais repercutiu numa notória influência na opinião política da população brasileira, tornando necessária uma maior compreensão da legislação vigente a respeito das mudanças ocasionadas pelo advento destes espaços.*

*Palavras-chave: internet, Fake News, disseminação, influenciadores digitais.*

### ABSTRACT

*Through the new dynamics of Brazilian reality, where it is possible to observe greater opportunities and an increased flow of information and news within society—creating space for the emergence of issues related to the truthfulness of such information—Fake News has emerged. This term, of English origin, refers to any news that is not true, whether its dissemination is intentional or not, which puts the reliability of information at risk in this space. In this context, the main objective of the present research is to understand the assimilation and dissemination of Fake News through a legal investigation regarding the consequences that this spread of falsehoods generates in the Brazilian political context. This investigation and scientific research were made possible through the application of the*

<sup>1</sup> Graduanda do 10º semestre do curso de Direito Diurno da Universidade Federal de Santa Maria, email: pauladossantostrindade@gmail.com.

<sup>2</sup> Graduanda do 10º semestre do curso de Direito Diurno da Universidade Federal de Santa Maria, email: luisa.matos.garcia@gmail.com.

<sup>3</sup> Mestre em Direito pela Universidade Federal de Santa Maria, email: otavioamnunes@gmail.com.



*inductive approach method, aimed at addressing the research problem in order to answer the central question of the study, which is: "Is the dissemination of false news by digital influencers harmful to the political stance of Brazilian citizens?" After applying the methodological analyses, it was observed that the popularization of digital channels and the dissemination of opinions in virtual environments by digital influencers had a notable influence on the political opinion of the Brazilian population, making it necessary to better understand the current legislation regarding the changes brought about by the advent of these platforms.*

**Keywords:** *internet, Fake News, dissemination, digital influencers.*

## INTRODUÇÃO

Com a democratização do acesso às mídias sociais e a respectiva inserção destas no contexto político e social, o vínculo entre esses fenômenos passa a exercer influência sobre o “mundo real” de forma determinante. Neste panorama sem precedentes, as oportunidades proporcionadas pelo amplo acesso ao mundo digital, catalisado por algoritmos de funcionamento obscuro, dão lugar à disseminação desenfreada de notícias falsas no ambiente digital, denominadas *fake news*.

Dessa forma, a mera existência de um ambiente sem limites como as mídias sociais levanta debates quanto à proteção dos seus usuários e à veracidade das informações compartilhadas, reivindicando providências jurídicas para a garantia dos direitos dos cidadãos na internet. Para tanto, a Câmara dos Deputados reagiu à falta de regulação da atividade dos usuários na internet e das mídias sociais, focando especificamente nas *fake news*.

O projeto de lei nº 2630/2020, proposto pelo senador Alessandro Vieira (CIDADANIA/SE), trata sobre a integridade do espaço virtual, como também a validade e a veracidade das informações dispostas na rede (BRASIL, 2020). A necessidade surgiu com o número de casos de *fake news* promovendo a desinformação dos usuários brasileiros, unido ao fato de que não havia, até então, legislação ou projeto legislativo que regulamentasse essa prática.

Preocupado com a disseminação de notícias falsas e com a estabilidade da democracia política, o deputado Carlos Sampaio (PSDB/SP), buscando combater as notícias falsas, propôs o Projeto de Lei nº 9626/2018, que busca “agravar as penas dos crimes eleitorais praticados por meio de veículos de comunicação” (BRASIL, 2018). Assim, a ilegalidade das eleições poderá ser mitigada, uma vez que a legislação assegura uma maior segurança à população que navega no meio digital.

Sob essa perspectiva, o desenvolvimento da temática proposta pela presente



Dias 30 e 31 de outubro de 2024 - Santa Maria / RS

UFSM - Universidade Federal de Santa Maria

pesquisa é possibilitada pela fragilidade da segurança dos usuários brasileiros, propensos a serem acometidos pela livre difusão de notícias falsas recentes, urgindo a necessidade de remediação. Dessa forma, busca-se delinear a influência que os perfis de grande alcance possuem na opinião do brasileiro, tanto, na influência que as redes exercem sobre a população, quanto, na disseminação desenfreada de *fake news* que acomete os cidadãos.

Assim, por meio desta pesquisa busca-se verificar a influência dos atores midiáticos no discernimento da população brasileira quanto à veracidade das informações consumidas em redes sociais, bem como os prejuízos que possam ser consequentes dessa disseminação. Essa análise se dará através averiguação das possíveis mudança de comportamento das massas quando um influenciador expõe sua opinião e buscar checar a checar a frequência de publicação de notícias falsas por grandes perfis; investigar se esse conteúdo é influente no cenário nacional; observar as legislações que discorrem e tramitam sobre o tema e avaliar se essas legislações estão sendo efetivas ao combate das *fake news*.

A partir disso, há, por vezes, a propagação de notícias falsas aos internautas, formando e manipulando sua opinião política, o que pode desencadear em ondas ideológicas. Essa pesquisa, portanto, questiona: a propagação de notícias falsas por parte dos digital influencers é danosa ao posicionamento político do cidadão brasileiro?

O presente estudo busca analisar a problemática da disseminação de discursos falsos na internet por influência. Diante disso, através da aplicação do método indutivo, será analisada a influência das *fake news*, disseminadas pelos influenciadores digitais na opinião política da população. Ademais, para a realização do estudo, serão utilizados os métodos monográfico e estatístico, juntamente com a utilização de documentação indireta.

## 1 A DISSEMINAÇÃO DE DISCURSOS FALSOS NA INTERNET

A democratização do acesso a internet e o crescimento exponencial das redes sociais transformou a forma como as pessoas buscam informação. De acordo com o Relatório Digital produzido pelas empresas We Are Social e a Meltwater, os canais digitais são atualmente a principal fonte de notícias em todo o mundo. Ainda, apontam que as mídias sociais ocupam a terceira posição, com mais da metade dos adultos utilizando essas plataformas especificamente para acessar informações e notícias (DATEREPORTAL, 2024). No Brasil, os dados seguem essa mesma tendência. As estatísticas mostram que o país é o terceiro maior consumidor de redes sociais no mundo. (PACETE, 2023).



Dias 30 e 31 de outubro de 2024 - Santa Maria / RS

UFSM - Universidade Federal de Santa Maria

Nesse viés surge a importância do debate acerca das *fake news* - expressão em inglês rapidamente incorporada ao vocabulário pátrio. Tendo em vista que a internet atualmente é o principal meio de obtenção e propagação das informações, o conteúdo falso ganha a mesma proporção: se torna uma problemática que exige muita atenção, necessitando ser combatido em diversas frentes.

O tema ganhou destaque no ano de 2016, com a eleição presidencial americana e a vitória de Donald Trump (SILVA, 2019). O termo foi utilizado para nomear as notícias falsas (boatos criados) no intuito de prejudicar a índole da candidata concorrente:

O Facebook reconheceu que até 126 milhões de seus usuários foram expostos a publicações de uma empresa ligada ao Kremlin chamada Internet Research Agency durante as eleições presidenciais, o equivalente a um terço da população norte-americana. O Twitter identificou 3.814 contas dedicadas a essa atividade. Os serviços de espionagem dos EUA acusam diretamente Moscou de orquestrar todo um esquema que incluiu a invasão dos e-mails dos democratas, notícias falsas e propaganda para favorecer a chegada de Donald Trump ao poder em detrimento de Hillary Clinton. (MARS, 2018)

A problemática central que reside na disseminação de *fake news*, está na constatação de que a criação e disseminação dessas inverdades tem plena capacidade de influenciar um pleito eleitoral. Dessa forma, poderia atingir a plenitude do Estado Democrático de Direito em sua essência, que no Brasil encontra-se disposto no parágrafo único do artigo 1º da Constituição Federal, o qual aduz: "todo o poder emana do povo, que o exerce por meio de representantes eleitos ou diretamente, nos termos desta Constituição" (BRASIL, 1988).

O próprio texto Constitucional reflete a preocupação da Assembleia Constituinte acerca do tema, uma vez que foram estabelecidas garantias quanto à liberdade de escolha dos representantes políticos. Essa proteção abordada no texto legal se aplica desde que livre de influências indevidas na escolha dos agentes políticos, preservando a integridade do processo democrático e a livre manifestação da vontade popular.

Assim, objetivando a garantia de um processo eleitoral mais justo, diversas instituições da República vêm criando mecanismos que buscam barrar a interferência de notícias falsas no processo eleitoral. Dentre estes dispositivos, destaca-se, pelo teor inovativo, o Projeto de Lei 2630/2020, também conhecido como, Lei Brasileira de Liberdade, Responsabilidade e Transparência na Internet.



## 2 A PRIMEIRA TENTATIVA DE CONTROLE DIRETA DE FAKE NEWS NO BRASIL: O PL 2630/2020

O presente projeto de lei pretende complementar as legislações já existentes dentro da temática digital, quais sejam: a Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014 (Marco Civil da Internet) e a Lei nº 13.709/2018 (Lei Geral de Proteção de Dados). Isso se comprova na redação do texto do Projeto de Lei 2630/20, visto que, conforme o próprio artigo 2º aduz: “O disposto nesta Lei deve considerar os princípios e garantias previstos nas Leis nº 12.965, de 23 de abril de 2014 - Marco Civil da Internet, e nº 13.709, de 14 de agosto de 2018 - Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais.” (BRASIL, 2020)

Ainda, é possível observar que a necessidade da introdução de uma nova legislação decorre da insuficiência do Marco Civil da Internet para lidar com questões referentes a notícias falsas. Como previamente citado, o tema só entrou em debate público no ano de 2016, enquanto o Marco Civil da Internet foi proposto em 2009 e somente aprovado em 2014. Essa defasagem de dois anos pode parecer pouco tempo, mas com o avanço das tecnologias em velocidade exponencial, esse atraso se torna determinante para a ineficiência do Marco Civil ao combate de *fake news*. Assim, justifica-se a necessidade da criação de uma nova lei para regulamentar esses novos imbrólios jurídicos da sociedade em rede.

Assim sendo, o Projeto de Lei 2630/20 constitui um dos principais avanços na legislação brasileira a respeito das Fake News, o qual institui a Lei Brasileira de Liberdade, Responsabilidade e Transparência na Internet. O texto cria medidas voltadas quase exclusivamente ao combate à disseminação de conteúdo falso nas redes sociais, como Facebook e X (Twitter), e nos serviços de mensagens privadas, como WhatsApp e Telegram, excluindo-se serviços de uso corporativo e e-mail (BRASIL, 2021).

É fundamental salientar alguns pontos importantes que regem esse projeto de lei visto que é ele que estabelece os parâmetros que serão adotados tanto para a prevenção quanto uma eventual sanção para quem atentar contra a democracia por meio de notícias falsas. Nesse sentido, se destacam alguns dos importantes pontos dispostos no projeto de lei (BRASIL, 2021) que não se faziam presentes em outros textos:

- O estabelecimento de conceitos do mundo digital para o mundo jurídico, tais como: provedor de aplicação (aplicativos), usuários, contas, bots. E diversos outros termos que são de uso cotidiano por parte dos usuários de internet, porém, ainda careciam



de conceituação no ordenamento jurídico brasileiro

- As medidas do Projeto de Lei 2630/20 só valerão para as plataformas com mais de 2 milhões de usuários, inclusive estrangeiras, desde que prestem serviços ao público brasileiro.
- A responsabilização por parte dos provedores na disponibilização de uma plataforma digital segura e livre de notícias falsas.
- A vedação de conta inautênticas, como bots, e também conteúdos patrocinados não rotulados, entendidos como aqueles conteúdos patrocinados cuja comunicação não é realizada ao provedor e tampouco informada ao usuário.
- A disponibilização, por parte dos provedores, de dados referentes ao banimento de contas em virtude da propagação de *fake news* em suas plataformas digitais.
- Os estabelecimento de um limite no número de vezes que uma mesma mensagem pode ser compartilhada, assim como a limitação no número de participantes de um grupo

Com essas determinações e parâmetros definidos em termos da lei, o combate às *fake news* poderá ser muito mais efetivo, visto que, a falta de uma legislação específica dificulta, e muito, o enfrentamento dessas inverdades nas redes.

### 3 A INFLUÊNCIA POLÍTICA EXERCIDA POR INFLUENCIADORES DIGITAIS

Com a popularização da internet, surgiram novas formas de interação, uma vez que as distâncias físicas foram reduzidas pela possibilidade de uma comunicação rápida, fácil e prática. Dessa forma, o ciberespaço, de forma gradual, foi se adaptando às necessidades de seus usuários. Em meio a evolução e popularização da internet, surgiram os “criadores de conteúdo”, inicialmente representados pelos “blogueiros” (*bloggers*), disseminadores de conteúdo que atuavam como filtradores das redes, disponibilizando conteúdos e opiniões (Rossmann Jacobsen e Mayer Dos Santos Souza, 2023, p. 81).

Com o decorrer dos anos surgiram outras formas de interação proposta pelo meio como os “vlogueiros” (*vloggers*) - disseminadores de conteúdos que expõem seus vídeos de diversos temas na internet - e os formadores de opinião - são agentes que expõe a sua opinião no meio virtual a fim de influenciar pessoas ou disseminar informações, sem possuírem, necessariamente, formação ou domínio do conteúdo exposto (Rossmann Jacobsen e Mayer Dos Santos Souza, 2023, p. 81).

Dessa forma, a expansão das redes sociais, juntamente com a possibilitou a



Dias 30 e 31 de outubro de 2024 - Santa Maria / RS

UFSM - Universidade Federal de Santa Maria

propagação dos comunicadores digitais, fez com que os comunicadores das redes se façam presentes nas mais diferentes plataformas de produção de conteúdo. Assim, essa expansão proporcionou o surgimento de um nova denominação a esses usuários: influenciadores digitais, cujos disseminam conteúdos e ocupam multiplataformas, fazendo da publicação de conteúdo on-line uma profissão.

Os influenciadores, ou como são popularmente conhecidos “*digital influencers*”, passaram a marcar presença no cenário midiático brasileiro em 2015, utilizando as suas redes para compartilhar seus conteúdos nichados no seu público (TERRA; CORREA, 2010, p. 86).

Ademais, em outros trabalhos, Terra e Correa (2010) caracterizam esses sujeitos como formadores de opinião que produzem conteúdos voltados para um outro grupo de pessoas que possui a função de consumir o conteúdo disponibilizado por esses agentes. Essa característica introduzida pelos produtores de conteúdo resultou em uma valorização econômica sobre a produção de conteúdo. Por meio dessa ferramenta, perfis de grande repercussão na mídia social, que detém altos números de seguidores, recebem remuneração por pronunciamentos ou opiniões publicados nas redes.

Logo, os perfis de influenciadores digitais, caracterizam-se por serem perfis nas redes sociais de pessoas ou de marcas que se popularizaram entre os usuários. Esses perfis normalmente possuem grande visibilidade, influência e repercussão no meio digital e acabam atingindo um público expressivo, engajando e norteando ações de seus seguidores (Oliveira, 2017, p. 36).

A remuneração desses agentes midiáticos decorre de parcerias, em que esses perfis de grande repercussão, intencionalmente ou não, usam de sua imagem para propagar notícias falsas. Em razão de se tratar de uma pessoa pública com muitos seguidores ou de marca conhecida, acabam gerando uma certa credibilidade entre a população, demonstrando o verdadeiro risco do uso inadequado do potencial influenciador (MEDEIROS, [s.d.]).

Como ocorreu em 2018, quando foi exposto na mídia o caso da agência Follow, que foi contratada por empresas ligadas ao Partido dos Trabalhadores (PT), para fazer parcerias com perfis de influenciadores no twitter para promover propaganda política a favor do partido durante a eleição. A prática é considerada irregular pela Justiça Eleitoral, uma vez que envolveu o uso de contas automatizadas e perfis pagos para amplificar a mensagem da campanha (AGÊNCIA, 2018).

Outro caso, semelhante a este, voltou a ocorrer no primeiro turno das eleições



Dias 30 e 31 de outubro de 2024 - Santa Maria / RS

UFSM - Universidade Federal de Santa Maria

municipais da cidade de São Paulo, mas neste caso o influenciador não estava sendo contratado para promover propaganda, ele era o próprio candidato. O influenciador Pablo Marçal concorreu para o cargo de prefeito da cidade de São Paulo e durante a sua campanha eleitoral Marshall adotou uma estratégia pautada na disseminação de polêmicas e provocações por meio das suas redes, como destacou o canal de notícia BBC na reportagem “Pablo Marçal: qual o futuro político do franco-atirador que virou fenômeno da eleição e dividiu a direita”, que declara que:

"Um candidato com uma maneira de fazer comunicação política nas redes sociais, abre espaço para essa descentralização", explica Rafael Cortez, cientista político e sócio da Tendências Consultoria.

"Um determinado grupo de pessoas que hoje atua na internet vai achar que tem também o conhecimento para fazer essa ponte de transferência do seu capital social para a política, assim como Marçal fez."

Nesse mesmo sentido, outros meios de comunicação pontuaram a conduta de Marçal, um influenciador que adentrou o cenário político como um cidadão religioso e facilitador das questões burocráticas, que através da "teologia do coaching", busca cativar os seus candidatos (Marçal, 2024).

Assim surge o fenômeno Marçal, denominado pelo professor de filosofia Denis Rosenfield. Explica que o influenciador se utiliza das mídias sociais para se promover, uma vez que é um excelente comunicador e possui uma equipe que produz cortes de gravação.

Marçal rompe com a política tradicional tal como vinha sendo feita nas últimas décadas. Baseia-se em um tripé: coligações partidárias, financiamento eleitoral e partidário e tempo de rádio e televisão. Ora, o candidato contestador ameaça chegar ao segundo turno e, mesmo, ser prefeito de São Paulo, sem preencher nenhuma dessas condições. É candidato de um partido que nem representação parlamentar tem, não tendo se aliado a nenhum outro partido. Não usufrui tampouco de financiamento público, tendo de se virar com doações privadas ou uso de recursos próprios. O seu tempo de rádio e televisão é nulo, sendo ele o expoente de um novo meio de comunicação, as redes sociais, as quais sabe usar admiravelmente. Causa espanto que os outros candidatos não tenham se apercebido a tempo da importância desse novo meio de comunicação, contentando-se com os meios tradicionais. (ROSENFELD, 2024)

Dessa forma, evidencia-se como alguns usuários inseridos nesses espaços apostam sua confiança nos influenciadores digitais que acompanham, sem questionar a veracidade dos fatos apresentados por esses criadores. Aliado a isso, muitos internautas são induzidos



Dias 30 e 31 de outubro de 2024 - Santa Maria / RS

UFSM - Universidade Federal de Santa Maria

a compartilhar informações em que já possuíam uma predisposição para acreditar, mesmo que existam estudos que comprovem sua falsidade ou até seja uma hipótese completamente inverossímil. Ainda surge o fanatismo e o apego a certos influenciadores, o que faz com que dados sejam compartilhados por pura idolatria, sem análise crítica das declarações desses perfis.

## 4 OS RISCOS AO ESTADO DEMOCRÁTICO

Através do nascimento dos influenciadores digitais, uma nova classe que dominou as plataformas da internet, é possível observar que existem mais oportunidades para que algum influenciador, utilizando-se de postagens em redes sociais ou comentários em portais de notícia ou vídeos em plataformas de streaming atinja milhões de pessoas, visto que o desenvolvimento da tecnologia possibilitou que a informação seja dispersa rapidamente, de forma a possibilitar uma maior horizontalidade da comunicação (BASTOS; MISSAU; SANTOS, 2020).

Diante disso, desde o ano de 2016, o termo *fake news* tem tomado grande repercussão no cenário digital mundial decorrente das polêmicas eleições à presidência dos Estados Unidos (NOTÍCIAS, 2016). Hodiernamente, essas notícias falsas são divulgadas em escala ainda maior, tendo a internet como meio facilitador de disseminação. Assim sendo, é necessário um controle ainda maior dessa problemática, uma vez que a situação se propaga em questão de segundos. Um usuário recebe por mensagem ou vê em sua rede social uma notícia que acredita ser verdadeira e, em um período extremamente curto de tempo, é capaz de compartilhá-la a infinitos outros usuários, os quais também a disseminação, gerando uma situação em cadeia com proporções descontroladas:

As redes sociais, sites, blogs, enfim, a internet revolucionou os comportamentos humanos, trazendo novas perspectivas para a vida em sociedade. Embora as vantagens que o uso da internet oferece, através dessas redes sociais, há também situações de riscos e novos conflitos que se apresentam aos seus usuários, dentre essas transformações podemos mencionar o conteúdo e limite que a liberdade de expressão e comunicação está sofrendo em um mundo cada vez mais interligado pela internet através das redes sociais. (LEITE; NAPOLITANO, 2019).

Logo, essa questão que assume vital importância reside no fato de que a criação e disseminação de notícias falsas tem capacidade potencial de influenciar o resultado de um pleito eleitoral, atingindo o Estado Democrático de Direito em sua essência: a emanção



Dias 30 e 31 de outubro de 2024 - Santa Maria / RS

UFSM - Universidade Federal de Santa Maria

do poder pelo povo, no exercício da escolha de seus representantes políticos, que consiste em Cláusula Constitucional Pétrea, conforme parágrafo único do artigo 1.º, da Constituição Federal (BRASIL, 1988).

Nesse sentido, o funcionamento dinâmico dos espaços de comunicação proporcionou a aproximação entre a população, o mundo e o governo. Contudo, essa aproximação repentina proporcionada pelas redes culminou em avanços positivos ao aproximar as demandas da população com o governo, em pontos negativos como a falta de um filtro e da fiscalização nos meios virtuais que permite que as chamadas *fake news* políticas se disseminam de forma desenfreada, manipulando a população.

Outrossim, é importante ressaltar que a dinamização tecnológica que conecta a sociedade de forma rápida e prática trouxe alterações ao cenário político ao transformar as redes em um canal para a disseminação e troca de mensagens de caráter político, uma vez que a internet tornou-se uma ferramenta de comunicação e discussão política que permeiam o cotidiano da maior parte da população brasileira. Por essa perspectiva, Senise, Faustino e Dirks (2019) entendem que:

[...] as características próprias das redes sociais, bem como a volatilidade das informações, a superficialidade e o não interesse em busca da veracidade da informação ou notícia por parte dos receptores dessas notícias nas redes sociais, harmonizam perfeitamente com as características das *fake news*, que buscam justamente atingir a opinião pública ou o senso comum, por meio do sensacionalismo ou amoldamento da notícia aos assuntos que estão em voga no interior dessas mesmas redes, permitindo que a mentira junte-se à verdade e produza um resultado inadequado. Isso pode gerar consequências efetivas no mundo real, já que as notícias falsas, quando confrontadas com os fatos do mundo real e que são verdadeiros, exaurem-se, pois não conseguem se sustentar. Afinal, só a realidade é que pode dar credibilidade e veracidade a uma notícia; é o mundo real e objetivo que possibilita isso.

O fato de que pessoas de grande influência digital façam a divulgação de informações políticas sem sequer buscar a veracidade dessas representa um grande risco à democracia, visto que possuem o poder de influenciar diretamente a opinião pública. Muitas vezes seus seguidores acreditam cegamente no conteúdo entregue por essas figuras, sem questionar ou buscar outras fontes confiáveis de informação sobre o tema. Portanto, a falta de senso crítico, juntamente com a confiança excessiva depositada nesses influenciadores, pode distorcer o debate público e comprometer o processo democrático, uma vez que é possível que, por exemplo, as eleições sejam baseadas em informações falsas ou manipuladas.



## CONCLUSÃO

A internet permite aos seus usuários o exercício de direitos básicos, tais como o de informar e ser informado, tornando as publicações em meio virtual acessíveis de forma prática e rápida pelo público em geral. No entanto, como qualquer tecnologia, a internet não trouxe somente benefícios, sendo utilizada muitas vezes como um mecanismo de prática de ilícitos, decorrendo, principalmente, do seu mau uso associado à capacidade difusora de informações, o que levou o Poder Legislativo - e futuramente, o Judiciário - a se adaptar rapidamente a essas mudanças.

Com a ascensão dos influenciadores digitais, surgem novas preocupações acerca do conteúdo produzido por eles, tais como a divulgação de informações falsas. Em razão da credibilidade gerada pelo número de seguidores e curtidas dessas personalidades públicas, o público-alvo desses muitas vezes não se dá o trabalho de verificar as informações transmitidas. Quando pensamos que as *fake news* divulgadas por esses influenciadores residem na esfera política, é possível visualizar ainda mais o risco da propagação de inverdades, uma vez que capazes de influenciar, inclusive, as eleições, ameaçando o Estado Democrático de Direito.

Nesse cenário reside a imprescindibilidade do Projeto de Lei nº 2630/2020, para que visa regulamentar o combate à desinformação em plataformas digitais, através de mecanismos de maior transparência e responsabilização pela disseminação de notícias falsas e, assim, garantir maior proteção ao processo democrático. Dessa forma, a lei é essencial para uma redução dos possíveis danos resultantes da propagação de *fake news* no âmbito político.

O tema possui tanta relevância e atualidade que foi possível observar que na campanha eleitoral do ano de 2024 a ascensão do fenômeno Marçal, como o professor Rosenfield denomina. O candidato à prefeitura de São Paulo/SP se utilizou de sua influência nas redes para se promover politicamente através de vídeos recortados e divulgação de notícias falsas.

A atuação dos influenciadores digitais como formadores de opinião necessita de maiores restrições, principalmente como em casos como de Pablo Marçal, uma vez que possuem uma grande capacidade de moldar opiniões alheias. Torna-se imprescindível que tanto esses indivíduos quanto as plataformas tenham responsabilidade sobre o que é divulgado uma vez que possuem um alto potencial de impacto social.



Portanto, para buscar a garantia de um Estado Democrático de Direito se torna essencial a tramitação do Projeto de Lei, visto que a utilização das redes sociais para campanhas políticas já é uma tendência, que pretende apenas se ampliar com o passar dos anos. Trata-se de um claro rompimento da política tradicional, que deve ser muito bem observado e trabalhado para que os seus efeitos sejam positivos.



## REFERÊNCIAS

AGÊNCIA é acusada de contratar perfis para propaganda irregular pró-PT no Twitter. **Folha de São Paulo**. São Paulo. 26 ago. 2018. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/08/agencia-e-acusada-de-contratar-perfis-para-propaganda-irregular-pro-pt-no-twitter.shtml>. Acesso em: 22 out. 2024.

BASTOS, Bruna; MISSAU, Eduardo; SANTOS, Rafael. **COVID-19 E VULNERABILIDADE INFORMACIONAL: PERSPECTIVA E INCERTEZAS DA PANDEMIA NO CIBERESPAÇO DAS FAKE NEWS: a vulnerabilidade informacional do usuário da internet em casos de compartilhamento de fake news**. P. 12-30. In: PILAU SOBRINHO, Liton Lanes; CALGARO, Cleide; ROCHA, Leonel Severo (org.). COVID-19: AMBIENTE E TECNOLOGIA. Itajaí: Editora Univali, 2020. E-book. ISBN: 978-65-87582-05-4. Disponível em: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=769235>. Acesso em: 22 out. 2024.

BRAGA, Mônica Maranhão. **Internet e política: as mídias sociais como ferramentas de manipulação da opinião pública**. 2018. 57 f. Trabalho de conclusão de curso (Bacharelado em Ciência Política) — Universidade de Brasília, Brasília, 2018. Disponível em: <https://bdm.unb.br/handle/10483/25403>. Acesso em: 22 out. 2024.

BRASIL. Câmara dos Deputados. **Projeto de lei n. 9626/2018**. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=2168438>. Acesso em 22 out. 2024.

BRASIL. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Brasília, DF: Presidência da República,. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Constituicao/Constituicao.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/Constituicao.htm). Acesso em: 22 out.2024.

BRASIL. Planalto. **Lei nº 12965, 23 de abr. 2014**. Lei do Marco Civil na Internet. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2011-2014/2014/lei/112965.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/112965.htm). Acesso em 22 out. 2024.

BRASIL, Senado Federal. **Projeto de lei 2630/2020**, Disponível em: <https://www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/materia/141944>. Acesso em 22 out. 2024.

CARVALHO, Gustavo Arthur Coelho Lobo de; KANFFER, Gustavo Guilherme Bezerra. **O Tratamento Jurídico das Notícias Falsas (fake news)**. Disponível em: <https://www.conjur.com.br/dl/tratamento-juridico-noticias-falsas.pdf>. Acesso em: 22 out. 2024.

COMO a desinformação influenciou nas eleições presidenciais? **El País Brasil**, 24 fev. 2018. Disponível em:



Dias 30 e 31 de outubro de 2024 - Santa Maria / RS

UFSM - Universidade Federal de Santa Maria

[https://brasil.elpais.com/brasil/2018/02/24/internacional/1519484655\\_450950.html](https://brasil.elpais.com/brasil/2018/02/24/internacional/1519484655_450950.html). Acesso em: 22 out. 2024.

**DATAREPORTAL. Digital 2024 Global News Report.** 2024. Disponível em: <https://datareportal.com/reports/digital-2024-global-news-report>. Acesso em: 22 out. 2024.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **AGÊNCIA IBGE NOTÍCIAS: PNAD Contínua TIC 2017. Internet chega a três em cada quatro domicílios do país.** Brasil, 20 dez. 2018. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-denoticias/releas/es/23445-pnad-continua-tic-2017-internet-chega-a-tres-em-cada-quatro-domicilios-dopais>. Acesso em: 22 out. 2024.

LEITE, Flávia Piva Almeida; NAPOLITANO, Carlo Jose. FAKE NEWS, INTERNET E ELEIÇÕES. UMA COMBINAÇÃO PERIGOSA PARA A DEMOCRACIA. ANÁLISE DE PROPOSTAS LEGISLATIVAS RELACIONADAS À TEMÁTICA. **Revista Jurídica Luso-brasileira**, Lisboa, v. 5, n. 2183-539, p. 561-582, jun. 2020. Disponível em: <https://www.cidp.pt/publicacao/revista-juridica-lusobrasileira-ano-5-2019-n5/201>. Acesso em: 22 out. 2024.

**Marçal representa movimento novo de influenciadores que vão direto para a política,** Ana Gabriela Oliveira Lima, 23 set.2024, São Paulo. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2024/09/marcal-representa-movimento-novo-de-influenciadores-que-vaio-direto-para-a-politica.shtml>. Acesso em: 22 out. 2024.

MEDEIROS, Bianca. FORMAS DE REMUNERAR INFLUENCIADORES DIGITAIS. **Influency.me.** [s.d.]. Disponível em: <https://ajuda.influency.me/pt-BR/articles/5708373-formas-de-remunerar-influenciadores-digitais>. Acesso em: 22 out. 2024.

NOTÍCIAS falsas sobre eleição nos EUA têm mais alcance que notícias reais. **G1**, São Paulo, 17 nov. 2016. Mundo. Disponível em: <https://g1.globo.com/mundo/eleicoes-nos-eua/2016/noticia/2016/11/noticias-falsas-sobre-eleicoes-nos-eua-superam-noticias-reais.html>. Acesso em: 22 out. 2024.

OLIVEIRA, Caio Cesar Dias. **O FENÔMENO DOS INFLUENCIADORES DIGITAIS: RAZÕES E IMPACTOS DO SUCESSO DAS WEB CELEBRIDADES.** 2017. Acesso em: 22 out. 2024. Disponível em: <https://pantheon.ufrj.br/handle/11422/8475>. Acesso em: 22 out. 2024.

Pablo Marçal: qual o futuro político do franco-atirador que virou fenômeno da eleição e dividiu a direita, **BBC News Brasil**, São Paulo. em: <https://www.bbc.com/portuguese/articles/cy5yqvgd7rro>. Acesso em: 22 out. 2024.

PACETE, Luiz Gustavo. Brasil é o terceiro maior consumidor de redes sociais em todo o mundo. **Forbes**, 09 mar. 2023. Disponível em:



Dias 30 e 31 de outubro de 2024 - Santa Maria / RS

UFSM - Universidade Federal de Santa Maria

<https://forbes.com.br/forbes-tech/2023/03/brasil-e-o-terceiro-pais-que-mais-consome-redes-sociais-em-todo-o-mundo/>. Acesso em: 22 out. 2024.

ROSSMANN JACOBSEN, Daniel; MAYER DOS SANTOS SOUZA, Flávia. HUMANOS VIRTUAIS INFLUENCIADORES: GÊNESE, CARACTERÍSTICAS E CONTRAPONTO AOS INFLUENCIADORES DIGITAIS HUMANOS. **Brazilian Creative Industries Journal**, v. 3, n. 1, p. 70–89, 2023. Disponível em: <https://periodicos.feevale.br/seer/index.php/braziliancreativeindustries/article/view/3195>. Acesso em: 22 out. 2024.

TERRA, Carolina Frazon; CORREA, Elizabeth Saad. Usuário-mídia: a relação entre a comunicação organizacional e o conteúdo gerado pelo internauta nas mídias sociais. 2011. **Universidade de São Paulo**, São Paulo, 2011. Disponível em: <http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27154/tde02062011-151144/pt-br.php>. Acesso em: 22 out. 2024.

SENISE LISBOA, R.; FAUSTINO, A.; DIRKS LESSA, R. Direito de informação e fake news nas redes sociais na sociedade da informação. **Revista da Faculdade de Direito do Sul de Minas**, [S. l.], v. 35, n. Edição Especial, 2019. Disponível em: <https://revista.fdsu.edu.br/index.php/revistafdsu/article/view/19>. Acesso em: 20 out. 2024.

SILVA, Andreia Fernandes. Porque é que as fake news se transformaram em protagonistas do jornalismo contemporâneo? **Cahiers de l'ISCC**, [S.l.], 2018. Disponível em: <https://journals.openedition.org/cp/4139>. Acesso em: 22 out. 2024.

VICTOR, Fabio. Notícias falsas existem desde o século 6, afirma historiador Robert Darnton. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 19 fev. 2017. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrissima/2017/02/1859726-noticias-falsas-existem-desde-o-seculo-6-afirma-historiador-robert-darnton.shtml>. Acesso em: 22 out. 2024.

ROSENFELD, Denis Lerrer. O fenômeno Marçal. **Estadão**, 17 out. 2023. Disponível em: <https://www.estadao.com.br/opiniao/denis-lerrer-rosenfeld/o-fenomeno-marcal/>. Acesso em: 22 out. 2024.