

Cambridge Analytica, Processo Eleitoral, Fake News e o Direito Eleitoral

Cambridge Analytica, Electoral Process, Fake News and Electoral Law

Recebido: 23/05/2024

Aceito para publicação: 29/05/2024

Marcelo Bueno Espanha

Mestre em Políticas Públicas pela Universidade de Mogi das Cruzes

Instituição: Centro Universitário ETEP (ETEP)

Endereço: Avenida Barão do Rio Branco, 882 - Jardim Esplanada, São José dos Campos - SP, 12242-800

E-mail: marcelo.espanha@etep.edu.br

ORCID: <https://orcid.org/0009-0003-6630-4410>

Ana Carolina Machado Santos

Graduanda do Curso de Direito pelo Centro Universitário ETEP

Instituição: Centro Universitário ETEP (ETEP)

Endereço: Avenida Barão do Rio Branco, 882 - Jardim Esplanada, São José dos Campos - SP, 12242-800

E-mail: acsantasm2701@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0009-0007-9838-7424>

Maria Elaine da Silva Martins

Graduanda do Curso de Direito pelo Centro Universitário ETEP

Instituição: Centro Universitário ETEP (ETEP)

Endereço: Avenida Barão do Rio Branco, 882 - Jardim Esplanada, São José dos Campos - SP, 12242-800

E-mail: mariaaelaine1310@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0009-0005-9757-5920>

Tháís Gabrielle da Rosa

Graduanda do Curso de Direito pelo Centro Universitário ETEP

Instituição: Centro Universitário ETEP (ETEP)

Endereço: Avenida Barão do Rio Branco, 882 - Jardim Esplanada, São José dos Campos - SP, 12242-800

E-mail: thais.gabrielle.rosa@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0009-0007-9553-736X>

RESUMO

O presente ensaio acadêmico versa sobre a influência da empresa *Cambridge Analytica* no processo eleitoral, *fake news* e o Direito Eleitoral. A metodologia utilizada foi a revisão narrativa da literatura. O objetivo do ensaio foi o de descrever o escândalo da *Cambridge Analytica*, as *fake news* e como o Direito Eleitoral brasileiro trata desse tema. Em função

da pesquisa realizada foi possível constatar que o escândalo da empresa *Cambridge Analytica* envolveu a mineração ilegal de dados de usuários do *Facebook*, para gerar as *fake news* e influenciar eleições, por exemplo a americana de 2016 e o *Brexit*. Ademais, observou-se que as *fake news* impactaram eleições, em função de manipulação da vontade dos eleitores, colocando em risco a democracia. O Brasil possui um conjunto de normas jurídicas que vai desde o Marco Civil da *Internet*, Lei Geral de Proteção de Dados, Lei das Eleições, Código Eleitoral e a Resolução nº 23.610/2019 do TSE sobre *fake news*. Além de sistemas de verificação de *fake news* como o do Conselho Nacional de Justiça. Desse contexto verifica-se a importância do arcabouço normativo do Direito Eleitoral para garantir a democracia nos tempos da sociedade digital.

Palavras-chave: Eleição. *Fake News*. Democracia. *Cambridge Analytica*. Direito Eleitoral.

ABSTRACT

This academic essay is about the influence of the company Cambridge Analytica on the electoral process, fake news and Electoral Law. The methodology used was a narrative literature review. The objective of the essay was to describe the Cambridge Analytica scandal, fake news and how Brazilian Electoral Law deals with this topic. Due to the research carried out, it was possible to verify that the Cambridge Analytica company scandal involved the illegal mining of data from Facebook users, to generate fake news and influence elections, for example the 2016 American one and Brexit. Furthermore, it was observed that fake news impacted elections, due to manipulation of voters' will, putting democracy at risk. Brazil has a set of legal standards that range from the Marco Civil da Internet, General Data Protection Law, Election Law, Electoral Code and TSE Resolution No. 23,610/2019 on fake news. In addition to fake news verification systems such as the National Justice Council. In this context, we can see the importance of the normative framework of Electoral Law to guarantee democracy in the times of digital society.

Keywords: Election. Fake News. Democracy. Cambridge Analytica. Electoral Law.

1. INTRODUÇÃO

Este ensaio acadêmico versa sobre o caso da *Cambridge Analytica*, *fake news*, Direito Eleitoral e o processo eleitoral. A *Cambridge Analytica* coletava e usava indevidamente dados pessoais, operando como uma consultoria política, que oferecia serviços de segmentação de eleitores e de influência comportamental para campanhas políticas (*Times*, 2018, s.p.). Estima-se que milhões de usuários de redes sociais tiveram dados pessoais coletados e tratados, para a criação de padrões de comportamento e preferências dos eleitores, a fim de influenciar o voto (*Times*, 2018, s.p.).

A empresa *Cambridge Analytica*, obteve sucesso em campanhas na África do Sul (campanha presidencial), no Reino Unido (referendo acerca do *Brexit*), na eleição americana de Donald Trump, em 2016 (Fornasier e Beck, 2020).¹

A eleição de Trump foi emblemática, pois marcada pelo uso (irregular) da análise de dados de usuários do *Facebook* para promover estratégias de campanha eleitoral e ataques a adversários, sobretudo, à Hillary Clinton (Caldas e Caldas, 2019). Esse episódio gerou apreensão e expectativas, especialmente, nos países nos quais existem eleições livres e acentuado uso de *internet* por parte dos cidadãos, inclusive no Brasil (Caldas e Caldas, 2019).

Ademais, a eleição americana foi marcada também por *fake news*. O impacto das *fake news* sobre processos políticos muito relevantes da atualidade tem chamado a atenção de acadêmicos de diversos campos do conhecimento (Mendonça, *et. al.*, 2023). A partir de 2016, com a eleição de Donald Trump nos Estados Unidos, o Dicionário Oxford, incluiu o termo “post-truth” como a palavra do ano (Berghel, 2017, *apud* Mendonça *et. al.*, 2023).

Ressalta-se que “o Dicionário australiano Macquarie elegeu “fake news” como a palavra do ano em 2016” (Shu *et al.*, 2017, *apud* Mendonça *et. al.*, 2023), “afirmando haver uma tendência de as pessoas acreditarem no que lhes conviesse” (Macquarie Dictionary Blog, 2017, *apud* Mendonça *et. al.*, 2023). *Fake news* é o termo da língua inglesa designado para fazer referência a notícias falsas.

Em que pese ser esse o seu significado em tradução livre para a língua portuguesa, é certo que há mais a se entender acerca das *fake news* do que meramente a verificação de falsidade da notícia. Se trata de uma noção complexa, que possui raízes históricas e produz reflexos sociais diversos e intensos (Meirelles, *et.al.*,2022).

As *fake news* impactam o Direito Eleitoral e a própria democracia. Segundo Jairo Gomes, “Direito Eleitoral é o ramo do Direito Público cujo objeto são os institutos, as normas e os procedimentos que regulam o exercício do direito fundamental de sufrágio

¹ Segundo Fornasier e Beck (2020), depois da eleição americana de 2016 o CEO da Cambridge Analytica Alexander Nix emitiu um comunicado à imprensa, que demonstra a mentalidade daquela corporação: *We are thrilled that our revolutionary approach to data-driven communication has played such an integral part in President-elect Trump’s extraordinary win* .

Ensaio 2

com vistas à concretização da soberania popular, à validação da ocupação de cargos políticos e à legitimação do exercício do poder estatal” (Gomes, 2018, p.44).

É através do Direito Eleitoral que as eleições são realizadas, bem como as *fake news* combatidas. No dia 7 de junho de 2018, aplicou-se pela primeira vez a Resolução nº 23.551/2017 do Tribunal Superior Eleitoral (TSE), sobre *fake news* na *Internet* em pré-campanha eleitoral (Caldas e Caldas, 2019). Nesse *leading case*² 3o TSE, determinou ao *Facebook* a remoção de conteúdo de perfil anônimo a respeito de pré-candidata à Presidência da República (Caldas e Caldas, 2019).

Com efeito, a coleta, manipulação de dados e a veiculação de *fake news*, nos moldes do escândalo *Cambridge Analytica*, são fatos importantes que impactam a sociedade, a democracia e o Direito Eleitoral, daí a importância do tema estudado.

A metodologia empregada no presente ensaio acadêmico foi a revisão narrativa da literatura e da legislação. O objetivo do ensaio foi o de descrever o escândalo da *Cambridge Analytica*, as *fake news* e como o Direito Eleitoral brasileiro trata desse tema.

2. O CASO CAMBRIDGE ANALYTICA

A *Cambridge Analytica* foi uma empresa inglesa que coletou dados de milhões de pessoas nas redes sociais, sem o consentimento, e os utilizou para manipular o processo eleitoral dos Estados Unidos e o Brexit (Guimón, 2018, *apud* Caldas e Caldas, 2019).

Os dados da *big-data* eram tratados com o objetivo de obter informações proveitosas para a disputa política, e então vendidos assegurando a seus clientes maior possibilidade de vitória eleitoral (Caldas, 2019).

Ademais, a empresa Cambridge direcionava *fake news* aos eleitores em nas redes sociais, visando obter o voto daqueles que se mostravam mais sujeitos à mudança de opinião (Caldas, 2019).

Devido ao uso não autorizado de dados pessoais dos usuários, tanto a empresa *Cambridge Analytica*, quanto a corporação *Facebook*, responderam à justiça norte-americana por influência irregular nas eleições presidenciais de 2016 (Caldas, 2019).

² *Leading case*: a question or problem that is decided in a court of law, which is used as an example to decide similar cases - uma questão ou problema que é decidido em um tribunal, que serve de exemplo para decidir casos semelhantes (Cambridge, s.d.):

³ Representação nº 0600546-70.2018.6.00.0000, Tribunal Superior Eleitoral.

Ensaio 2

Outro exemplo de atuação da *Cambridge Analytica* foi o *Brexit*. No final de janeiro de 2020, o Reino Unido anunciou sua saída da União Europeia (*Brexit*), o então primeiro-ministro britânico, Boris Johnson, afirmava aos britânicos e ao mundo, que transformaria aquela “oportunidade” em um “impressionante sucesso” (Carta Capital, 2023, s.p.).

Segundo (Caldas e Caldas, 2019) a *Cambridge Analytica* influenciou no *Brexit*. De acordo com Serrano (2020) o plebiscito do *Brexit* de 2016 inaugurou a era das *fake news* e foi realizado em meio a um desencanto geral da população com seu sistema político, após anos de austeridade e de crise financeira.

Passados três anos do *Brexit*, o arrependimento podia ser medido em números. Já em 2021, *The Observer*, associado ao jornal britânico *The Guardian*, apontava que 60% dos eleitores britânicos achavam que a saída aconteceu de maneira pior do que esperavam (Carta Capital, 2023, s.p.). Em 2023, o portal britânico *What UK Thinks* constatou que 58% dos britânicos votariam pela permanência na União Europeia, contra 42% que prefeririam permanecer fora (Carta Capital, 2023, s.p.). Ou seja, sem a influência das *fake news* da *Cambridge Analytica* e com o passar do tempo o resultado do *Brexit* seria diferente.

Em 17 de março de 2018 o destino da *Cambridge Analytica* foi selado (Fornasier e Beck, 2020). *The Observer*, *The Guardian* e *The New York Times* publicaram em conjunto e simultaneamente, o artigo *How Trump Consultants Exploited the Facebook Data of Millions*⁴(Fornasier e Beck, 2020). O artigo denunciou as práticas de mineração de dados (*data mining*), de tratamento de dados (*data scraping*) e de interferência nos processos democráticos (Fornasier e Beck, 2020). Sendo que em maio de 2018 A *Cambridge Analytica* decretou falência (G1, 2018), porém os efeitos de suas práticas ainda se manifestam nas eleições do mundo e no Brasil também.

3. PROCESSO ELEITORAL

De acordo com o artigo 1º da Constituição Federal, o Brasil é um estado Democrático e de Direito (Brasil, 1988). Sendo que todo poder emana do povo que o exerce por meio de seus representantes eleitos ou diretamente nos casos previstos na constituição (Brasil, 1988).

⁴ Como os consultores de Trump exploraram os dados do *Facebook* de milhões.

Ensaio 2

Pelo artigo 14 da Constituição Federal a soberania popular é exercida pelo sufrágio universal e pelo voto direto e secreto, com valor igual para todos (Brasil, 1988). É através do processo eleitoral que o direito de votar e ser votado é exercido, sendo que a Constituição Federal em seus artigos 118 seguintes regulamenta a justiça eleitoral, responsável pelo processo eleitoral.

A Justiça Eleitoral possui poder normativo para regulamentar as eleições, de acordo com o artigo 105 da Lei nº 9.504/97 (Brasil, 1997) e artigo 23, IX do Código Eleitoral (Brasil, 1965).

O poder normativo da Justiça Eleitoral brasileira é um importante instrumento para o regime democrático, para garantir a soberania popular e a lisura do processo eleitoral, para que os cargos dirigentes sejam ocupados por aqueles que realmente representam a vontade do povo (Pinto, 2008). É nesse contexto do processo eleitoral que existem inúmeras normas jurídicas combatendo irregularidades nas eleições, inclusive em relação *as fake news*.

4. FAKE NEWS E O DIREITO ELEITORAL

O estudo do caso *Cambridge Analytica* nos mostra que um de seus desdobramentos foi o uso de *fake news* em campanhas eleitorais para influenciar nos resultados de eleições. Segundo Martins (2019), o algoritmo da *Cambridge* com poucas “curtidas” revelava aspectos da personalidade do usuário e a partir disso, a publicidade eleitoral era dirigida para cada tipo de pessoa.

Segundo Martins (2019), a *internet* permitiu que cada pessoa expressasse e distribuísse, de forma livre e sem censura, suas ideias, opiniões e relatos acerca do que quer que seja. É nesse contexto que surgem as chamadas *fake News*, notícias falsas ou também chamadas de “pós-verdade”.

Não se confundem *fake news* com os boatos (ou *hoax*) que “são informações que não foram verificadas, têm origem desconhecida e, mesmo assim, circulam como se fossem verdadeiras” (Mendes, 2014, *apud* Martins, 2019). “Ou seja, a diferença entre a *fake news* e os boatos é o modo como são produzidos: as *fake news* já surgem com a intenção de enganar e os boatos não necessariamente (Martins, 2019). Emma Jane Kirby

Ensaio 2

(2016, *apud* Martins, 2019) aponta três características das *fake news*, mais especificamente temos que:

“(…) (1) são bombásticas, ou seja, chocantes e sensacionalistas; (2) estariam sendo escondidas do público em geral, pois são veiculadas como informações sérias e comprometedoras, mantidas em segredo pelos meios de comunicação tradicionais e, por fim, (3) corroboram com uma das posições polarizadas, ou melhor, comprovariam as declarações ou argumentações de um dos lados do debate, dando razão ou confirmação àqueles posicionamentos pré-concebidos (…)”

Já Claire Wandle (2017, *apud* Martins, 2019) apresenta sete espécies de *fake news*:

“(…) (1) sátira ou paródia, sem intenção de fazer mal, mas com potencial para enganar; (2) falsa conexão, quando as manchetes (os visuais das legendas) não dão suporte a conteúdo; (3) conteúdo enganoso, com a má utilização da informação para moldar um problema ou um indivíduo; (4) contexto falso, quando o verdadeiro conteúdo é compartilhado com informações falsas contextuais; (5) conteúdo impostor, quando fontes verdadeiras são forjadas com conteúdo falso; (6) conteúdo manipulado, com a manipulação de informações ou imagens, como as fotos “adulteradas” e (7) conteúdo fabricado que é totalmente falso e projetado para enganar e fazer mal. (…)”

Segundo Martins (2019) “o grande, e talvez maior malefício das *fake news*, seja o fato de que esse tipo de material gerar desinformação generalizada no seio social, bem como perda de autonomia na tomada de decisões pelas pessoas. Importante não confundir *fake news* (veiculação de notícias falsas), com *shitstorms*, nem com *candystorms*, em todos os casos há uso de dados das redes para influenciar pessoas, porém estamos diante de técnicas diferentes.

De acordo com Caldas e Caldas (2019) *shitstorms*:

“(…) Este termo, de origem lexical inglesa, foi incluído no dicionário alemão Duden em 2013 e, à época, o acontecimento causou grande repercussão, especialmente porque este anglicanismo tem uma denotação vulgar em sua língua de origem. Enquanto o dicionário Oxford (2018, *on-line*), de língua inglesa, define a palavra *shitstorm* por “uma situação marcada por controvérsia violenta” (tradução nossa), o Duden (2018, *on-line*) a define de maneira distinta: “tempestade de indignação em um meio de comunicação da Internet, que anda de mãos dadas com observações ofensivas” (tradução nossa). Adotando-se a definição proposta pelo dicionário alemão, portanto, temos que, para além do conteúdo essencialmente negativo do termo, as *shitstorms* são, ainda, fenômenos inerentes ao ambiente da Internet. São reações verbais difamatórias em massa contra pessoas ou instituições, que se caracterizam pelo uso de grande carga emocional em detrimento de embates argumentativos. (…)”

Já em relação à *candstorm*, vislumbra-se:



Ensaio 2

“(…) O termo *candystorm* foi usado pela primeira vez na Alemanha, em 12 de novembro de 2012, pelo político alemão Volker Beck em uma postagem na rede social Twitter”, e significa “uma onda de popularidade e simpatia nas redes sociais” (MARKETING, 2016). (...)”(Marketing, 2016, *apud* Caldas e Caldas, 2019).

Desses conceitos, infere-se que ações de marketing podem atacar ou enaltecer determinadas pessoas nas redes sociais, sendo que Caldas e Caldas (2019) afirmam que “não é difícil deduzir que as *fake news* podem, inclusive, ser usadas para provocar *shitstorms* e *candystorms*”.

De acordo com a pesquisa do Instituto Locomotiva mostra que quase 90% da população brasileira admite ter acreditado em conteúdos falsos (Veja, 2024). Segundo o levantamento, publicado originalmente pela Agência Brasil, oito em cada dez brasileiros já acreditaram em *fake news* (Veja, 2024).

A disseminação das *fake news* em tempo de propaganda eleitoral é algo que se tornou recorrente e ficou patente no Brasil (Silva, Santos, 2019). É notório o número de informações falsas nas eleições, visando alterar as intenções de voto dos eleitores e incutir a ideologia do candidato cuja vitória se pretendia (Silva, Santos, 2019).

Com a utilização destes instrumentos no âmbito eleitoral, vislumbra-se uma verdadeira “guerra” nas redes, polarizando as candidaturas e caracterizando-se pelo envio de mensagens até mesmo contraditórias (Silva, Santos, 2019).

Destaca-se que no contexto das *fake news*, questiona-se até onde haveria liberdade de expressão do indivíduo em postar conteúdo sabidamente falso no intuito de influenciar o convencimento do eleitor (Silva, Santos, 2019).

A Constituição Federal garante a liberdade de expressão em seu art. 5º, IV, IX (Brasil, 1988).⁵No entanto, não existem direitos absolutos, não se pode à luz da liberdade de expressão falar qualquer coisa, o próprio inciso V do art. 5º da Constituição Federal, há limitações a liberdade de expressão (Brasil, 1988). Deveras, é assegurado o direito de resposta, proporcional ao agravo, além da indenização por dano material, moral ou à imagem (Brasil, 1988).

⁵ Art. 5º (...) IV - é livre a manifestação do pensamento, sendo vedado o anonimato; (...) VI - é inviolável a liberdade de consciência e de crença, sendo assegurado o livre exercício dos cultos religiosos e garantida, na forma da lei, a proteção aos locais de culto e a suas liturgias; IX - é livre a expressão da atividade intelectual, artística, científica e de comunicação, independentemente de censura ou licença; (...) (Brasil, 1988).

Nesse sentido Oliveira e Gomes (2019) afirmam:

“(...) sem nenhuma dúvida, que a liberdade de informar – e tão logo de expressar o pensamento e opinião – não é, como qualquer outra liberdade, absoluta, mas cinge-se pelo direito que o indivíduo e a coletividade possuem de serem informados de forma imparcial e objetiva, ou seja, o direito a uma informação que - para não usar o termo ‘verdadeira’ – que verificável, confiável. (...)”

Segundo Oliveira e Gomes (2019), “a criação e a propagação de notícia que não pode ser verificada e tão logo não pode ser confiável é uma violação da própria liberdade de informação, causando um dano que é não apenas individual, mas coletivo”.

Para Oliveira e Gomes (2019):

“(...) Cumpre destacar que no âmbito da legislação brasileira, foi criado um marco legal seguro de proteção às notícias falsas, considerando toda a problemática exposta acima. A proteção da privacidade e dos dados pessoais são dois dos princípios que disciplinam o uso da internet, conforme o art. 3º Lei 12.965/2014 (Marco Civil da Internet). Temos também a Lei 13.709, de 14 de agosto de 2018, que dispõe sobre a proteção de dados e altera o Marco Civil da Internet. A Lei 9504/07, art. 57-E (Lei das Eleições), com alteração realizada em 2009 já proibia a venda de cadastros de eletrônicos (art. 57-E da Lei das Eleições). (...)”

Some-se esses diplomas legais, a Resolução nº 23.610/2019, do Tribunal Superior Eleitoral, que regulamenta a propaganda eleitoral nas eleições do Brasil (TSE, 2019). Em seu art. 3º- C, mesmo fora do período eleitoral, a veiculação de conteúdo político eleitoral está sujeita as regras de transparência (TSE, 2019).

Já pelo seu art. 9.º, candidatos, partidos, federações e coligações devem a veracidade das informações usadas na propaganda eleitoral (TSE, 2019). E no art. 9º-C, veda a utilização, na propaganda eleitoral, qualquer que seja sua forma ou modalidade, de conteúdo fabricado ou manipulado para difundir fatos notoriamente inverídicos ou descontextualizados (TSE, 2019).

Destaca-se o § 1º do art. 9º C da Resolução nº 23.610/2019 (TSE, 2019):

“(...) é proibido o uso, para prejudicar ou para favorecer candidatura, de conteúdo sintético em formato de áudio, vídeo ou combinação de ambos, que tenha sido gerado ou manipulado digitalmente, ainda que mediante autorização, para criar, substituir ou alterar imagem ou voz de pessoa viva, falecida ou fictícia (*deep fake*) (...)”

Ensaio 2

Ressalta-se também que a utilização de *fake news* na seara eleitoral é crime, nos termos do art. 323 Código Eleitoral (Brasil, 1965). Além do arcabouço jurídico supracitado destacam-se outras ações para o combate às *fake news* no Brasil.

Nesse sentido, o Conselho Nacional de Direitos Humanos aprovou a Recomendação nº 04, de 11 de junho de 2018, sobre medidas de combate às notícias falsas e a garantia do direito à liberdade de expressão (Brasil, 2018).

Além disso, destacamos a ação do Conselho Nacional de Justiça (CNJ) para alertar e conscientizar a população sobre os perigos do compartilhamento de informações falsas. Em 1.º de abril de 2019, representantes do Conselho Nacional de Justiça (CNJ) lançaram o Painel de Checagem de *fake news*⁶ (CNJ, s.d.).

Os parceiros do Painel contribuem para o projeto com as ferramentas que checam dados e alertam a sociedade sobre o perigo da informação falsa (CNJ, s.d.). No painel de checagem de *fake news* do CNJ temos dezenas de ocorrências, a título de exemplo destacamos duas *fake news* envolvendo o processo eleitoral.

A primeira é datada de 08/07/2022, e versava sobre a contagem de votos por empresa terceirizada, de acordo com CNJ essa notícia é falsa (CNJ, s.d.). A segunda delas datada de 26/07/2022, e versava sobre urnas eletrônicas grampeadas e que não seriam verificadas, de acordo com o painel do CNJ essa notícia é falsa (CNJ, s.d.).

E por fim, destacamos o entendimento da Justiça Eleitoral na aplicação do arcabouço jurídico do Direito Eleitoral sobre as *fake news*, segundo Meira *et. al.* (2019) as sanções por *fake news* são aplicadas desde que haja consciência da inveracidade:

“(...) E é nesse íterim, por oportuno, que também se circunscreve – e assim deve ser mesmo - a problemática envolta aos chamados “fatos sabidamente inverídicos”.

Assim, para o deferimento do direito de resposta e/ou para a procedência de eventual ação penal, “não basta apenas veicular afirmação de caráter inverídico, porquanto a lei exige um plus – vedando a afirmação ‘sabidamente’ inverídica”.

Assim caminha, pois, a jurisprudência historicamente consagrada no âmbito do Tribunal Superior Eleitoral. A livre manifestação do pensamento, veiculada nos meios de divulgação de informação disponíveis na internet, somente estará passível de limitação nos casos em que houver ofensa a honra de terceiros ou divulgação de fatos sabidamente inverídicos (Recurso Especial Eleitoral nº 204014, Acórdão, Relator(a) Min. Luciana Christina Guimarães Lóssio,

⁶Painel de Checagem de fakes News do CNJ pode ser acessado no *link*: <https://www.cnj.jus.br/programas-e-acoas/painel-de-checagem-de-fake-news/>

Publicação: DJE - Diário de justiça eletrônico, Data 10/11/2015). O exercício de direito de resposta, em prol da liberdade de expressão, é de ser concedido excepcionalmente. Viabiliza-se apenas quando for possível extrair, da afirmação apontada como sabidamente inverídica, ofensa de caráter pessoal a candidato, partido ou coligação, situação não verificada na espécie (Representação nº 143952, Acórdão, Relator(a) Min. Admar Gonzaga Neto, Publicação: PSESS - Publicado em Sessão, Data 02/10/2014). (...)"

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O escândalo da *Cambridge Analytica* nos mostra que a manipulação de dados nas redes sociais influencia significativamente o processo eleitoral. A coleta e o tratamento de dados das redes sociais além de ferir a privacidade dos usuários gera material de propaganda política, sem compromisso com a verdade (*fake news*).

Em razão da revisão narrativa da literatura e da legislação, foi possível constatar que a real ameaça se dá no uso malicioso da internet, das redes sociais, das big datas para a análise de dados e direcionamento político.

As *fake news* geram desarmonia social e quando se expressa uma opinião no fato falso, é necessário buscar ferramentas para conscientizar e alertar as pessoas do perigo, por exemplo, o Conselho Nacional de Justiça (CNJ) lançou o Painel de Checagem *de fake news*, que visa alertar a sociedade, identificando publicações suspeitas e impedindo a circulação das mesmas.

Outrossim, a pesquisa constatou a existência de um arcabouço jurídico no Direito Brasileiro, incluindo o Direito Eleitoral Brasileiro que disciplina a proteção de dados, a *internet* e as *fake news* no processo eleitoral.

Nesse sentido, considerando os fenômenos apresentados, podemos concluir que empresas como a *Cambridge Analytica* podem produzir desequilíbrios e são capazes de manipular os resultados das eleições através das redes sociais e de *fake news*, daí a importância de cada vez mais as normas jurídicas sejam desenvolvidas e aplicadas efetivamente para preservar a democracia na sociedade digital.

REFERÊNCIAS

BRASIL. Lei nº 4.737/1965. Código Eleitoral. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l4737compilado.htm. Acesso em: 12 abril de 2024.

Ensaio 2

BRASIL. **Constituição Federal de 1998.** Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm. Acesso em 12 abril 2024.

BRASIL. **Lei nº 9.504/97. Lei das Eleições.** Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9504.htm. Acesso em: 12 de abril de 2024.

BRASIL. **Conselho Nacional de Direitos Humanos aprovou a Recomendação nº 04, de 11 de junho de 2018.** Disponível: <https://www.gov.br/mdh/pt-br/assuntos/noticias/2018/junho/cndh-aprova-recomendacao-com-medidas-de-combate-as-fake-news-noticias-falsas>. Acesso em: 15 de maio de 2024.

CALDAS, Camilo Onada Luiz, CALDAS, Pedro Neris Luiz. **Estado, democracia e tecnologia: conflitos políticos no contexto do big-data, das fake news e das shitstorms, 2019.** Disponível em: <https://www.scielo.br/j/pci/a/4qKvdJBT8svQshQdhfrz8jN/?lang=pt&format=pdf>. Acesso em: 19 de abril de 2014.

CAMBRIDGE. *Dictionary online.* Disponível em: <https://dictionary.cambridge.org/us/dictionary/english/leading-case>. Acesso em: CARTA, Capital. **Três anos após o Brexit, britânicos demonstram arrependimento pela saída da União Europeia, 2023.** Disponível em: <https://www.cartacapital.com.br/mundo/tres-anos-apos-o-brexitbritanicos-demonstram-arrependimento-pela-saida-da-uniao-europeia/amp/>. Acesso em: 03 de maio de 2024.

CNJ. Conselho Nacional de Justiça, s.d. **Painel de Checagem de Fake News.** Disponível em: <https://www.cnj.jus.br/programas-e-acoes/painel-de-checagem-de-fake-news/>. Acesso em: 10 de maio de 2024.

CNJ. Conselho Nacional de Justiça, **Notícias Checadas**, s.d. Disponível em: <https://www.cnj.jus.br/programas-e-acoes/painel-de-checagem-de-fake-news/>. Acesso em: 10 de maio de 2024.

FORNASIER, Mateus de Oliveira; BECK, Cesar. Cambridge Analytica: Escândalo, Legado e Possíveis Futuros para a Democracia. **Revista Direito em Debate**, 2020, v. 29, nº 53, p. 182-195. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.21527/2176-6622.2020.53.182-195>. Acesso em: 22 março 2024.

G1. **Cambridge Analytica anuncia fim de suas operações, 2/05/2018.** Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/noticia/cambridge-analytica-anuncia-fim-de-suas-operacoes.ghtml>. Acesso em: 20 de maio de 2024.

GOMES, José Jairo. **Direito Eleitoral.** Editora Atlas, São Paulo, 14ª Edição, revista, atualizada. e ampliada, 2018. Disponível em:

Ensaio 2

https://www.academia.edu/94799245/Direito_Eleitoral_14a_Ed_2018_Jose_Jairo_Gomes. Acesso em: 05 de abril 2024.

MARTINS, Marcelo Guerra. Proteção de dados pessoais e democracia: fake news, manipulação do eleitor e o caso da *Cambridge Analytica*. Disponível em: <https://revistas.unilasalle.edu.br/index.php/redes/article/view/5610>. **Redes: Revista Eletrônica Direito e Sociedade, Canoas**, volume 7, nº 3, p. 135–148, out. 2019. Acesso em: 20 de maio de 2024.

MEIRA, Augusto Malcher; CRUZ, Eduardo Vera; NETO, Raimundo Chaves. O DIREITO ELEITORAL EM TEMPOS DE FAKE NEWS: O QUE É ISTO, UM FATO SABIDAMENTE INVERÍDICO? **Percurso - ANAIS DO II CONLUBRADEC (Congresso Luso-brasileiro de Direito Empresarial e Cidadania)**, Volume 02, nº.25, Curitiba, 2018. pp. 241-265. Disponível em: <https://bibliotecadigital.tse.jus.br/xmlui/handle/bdtse/6946>. Acesso em 23 de maio de 2024.

MEIRELLES; Flavia Sanna Leal de; MARCONCINI, Liandra Sufiati; SILVA, Rogerio Borba da. *Fake news*, proteção de dados e eleições no Brasil: uma análise jurídica. **RJESMPSP**, 22, 2022, p. 66-82. Disponível em: https://es.mpsp.mp.br/revista_esmp/index.php/RJESMPSP/article/download/528/340340510. Acesso em: 15 de março de 2024.

MENDONÇA, Ricardo Fabrino; FREITAS, Viviane Gonçalves; AGGIO, Camilo de Oliveira; SANTOS Nina Fernandes dos. *Fake News* e o Repertório Contemporâneo de Ação Política. **Dados [Internet]**. 2023;66(2):e20200213. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/dados.2023.66.2.301>. Disponível em: Acesso em: 23 de maio de 2024.

OLIVEIRA, André Soares; GOMES, Patrícia Oliveira. OS LIMITES DA LIBERDADE DE EXPRESSÃO: *FAKE NEWS* COMO AMEAÇA A DEMOCRACIA. **R. Dir. Gar. Fund.**, Vitória, volume 20, número 2, p. 93-118, maio/agosto, 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.18759/rdgf.v20i2.1645>. Acesso em: 20 de maio de 2024.

PINTO, Emmanuel Roberto Girão de Castro. **O Poder normativo da justiça eleitoral. 2008**. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal do Ceará, Programa de pós-graduação em Direito, Disponível em: https://repositorio.ufc.br/bitstream/riufc/12546/1/2008_dis_ergcpinto.pdf. Acesso em: 12 de abril de 2024.

SERRANO, Luiz Roberto. Brexit: a ilusão de uma volta aos tempos do império, **Jornal da USP**, 4 de fev de 2020. Disponível em: <https://jornal.usp.br/artigos/brexit-a-ilusao-de-uma-volta-aos-tempos-doimperio/> Acesso em: 03 de maio de 2024.

SILVA, Lucas Gonçalves da; SANTOS, Elaine Celina Afra da Silva. **O aumento das “fake news” durante a propaganda eleitoral e sua possível influência no resultado do pleito.** 2019. Disponível em:



Ensaio 2

https://bibliotecadigital.tse.jus.br/xmlui/bitstream/handle/bdtse/6617/2019_silva_fake_news_pr_opaganda_eleitoral.pdf?sequence=1&isAllowed=y. Acesso em: 19 de abril de 2024.

TIMES, The New York. **Cambridge Analytica and Facebook: The Scandal and the Fallout So Far**, 4 de abril de 2018. Disponível em: <https://www.nytimes.com/2018/04/04/us/politics/cambridge-analyticascandal-fallout.html?smid=url-share>. Acesso em: 05 de abril de 2024.

TSE. Tribunal Superior Eleitoral. **Resolução nº 23.610, de 18 de dezembro de 2019**. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/legislacao/compilada/res/2019/resolucao-no-23-610-de-18-dedezembro-de-2019>. Acesso em: 10 de maio de 2024.

VEJA. **Pesquisa mostra que maior parte dos brasileiros já caiu em “fake news”, 2024**. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/comportamento/pesquisa-mostra-que-maior-parte-dos-brasileiros-ja-caiu-emfake-news>. Acesso em: 26 de abril de 2024.