

FAKE NEWS E “VIRALIZAÇÃO”: responsabilidade legal na disseminação de desinformação

Leonardo Ripoll Tavares Leite

Mestre em Gestão de Unidades de Informação pela Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC). Bibliotecário na Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC).
E-mail: leonardo_ripoll@hotmail.com

Fábio Lorensi do Canto

Doutorando em Ciência da Informação pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Bibliotecário na Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC).
E-mail: fabio.lc@ufsc.br

RESUMO

Aborda a responsabilidade legal sobre questões relacionadas à desinformação, que tem as *fake news* como sua forma mais conhecida, atualmente. Para tanto, apresenta uma breve conceituação da desinformação, dentro do contexto da sociedade da informação (que compreende também a ‘infosfera’ de Floridi (2010) e o ‘ciberespaço’ de Lévy (2010)). A desinformação é delimitada levando em conta seu histórico, as terminologias em uso corrente, e o seu significado, que inclui duas palavras da língua inglesa: *disinformation* e *misinformation*. Menciona o papel da leitura e os mecanismos envolvidos nas ações de combate à desinformação. Levanta o questionamento: O atual sistema de responsabilidade civil e criminal brasileiro é eficaz para combater a desinformação? Cita o Marco Civil da Internet e artigos da Lei do Consumidor e do Código Penal, enquanto legislações pertinentes ao tema, além da nova Lei 13.834/19, que altera o Código Eleitoral. Embora estejam presentes em vários países, as *fake news* ainda são um problema sem uma solução definitiva. A discussão da responsabilidade foca nas empresas provedoras de conteúdo e serviços e nas contas de usuário que utilizam disparos massivos de conteúdo. Conclui que a legislação brasileira atual ainda não está pronta para combater efetivamente os mecanismos de produção e disseminação de desinformação. No entanto, ressalta que o combate à desinformação é um processo complexo, composto também por outras dimensões, principalmente educacionais, e que as determinações legais devem primar pela democracia, para não se tornar um instrumento de censura.

Palavras-chave: *Fake news*. Desinformação – aspectos legais. Disseminação de informações. Sociedade da informação.

FAKE NEWS GOING VIRAL: legal responsibility on the dissemination of disinformation

ABSTRACT

The article addresses legal responsibility about subjects related to disinformation, which has fake news as its best known form today. To this end, it presents a brief conceptualization of misinformation within the context of the information society (which also includes Floridi's (2010)

'infosphere' and Lévy's (2010) 'cyberspace'). Misinformation is delimited taking into account its history, current terminology, and its meaning, which includes two English words: disinformation and misinformation. The text mentions the role of reading and the mechanisms involved in actions to combat misinformation. It raises the question: Is the current Brazilian civil and criminal responsibility system effective to combat disinformation? The article mentions the Internet Civil Framework and articles of the Consumer Law and the Penal Code, as pertinent legislations to the theme, besides the new Law 13.834/19, which amends the Electoral Code. Although present in many countries, fake news is still a problem without a definitive solution. The discussion of responsibility focuses on content and service providers and user accounts that use massive content triggers. It concludes that current Brazilian legislation is not yet ready to effectively combat disinformation production and dissemination mechanisms. However, it emphasizes that the fight against disinformation is a complex process, also composed by other dimensions, educational mainly, and that the legal determinations must prevail for democracy, not to become an instrument of censorship.

Keywords: Fake news. Disinformation – legal aspects. Dissemination of information. Information society.

1 INTRODUÇÃO

O atual contexto contemporâneo tem mostrado que a sociedade da informação está cada vez mais perto de se tornar uma 'sociedade da desinformação' do que aquela idealizada por meio do acesso irrestrito ao conhecimento produzido pela humanidade. Dentro de um panorama constituído pelo uso indiscriminado da 'pós-verdade' ('palavra do ano' em 2016 (OXFORD UNIVERSITY PRESS, 2019)) e das *fake news* (que atualmente são disseminadas mais rapidamente e com maior alcance do que as notícias verdadeiras (VOSOUGHI; ROY; ARAL, 2018)), cabe levantar o questionamento: que futuro está se construindo para o desenvolvimento do conhecimento?

Floridi (2010) comenta que caracterizar a sociedade da informação envolve reconhecer uma mudança na sociedade, que passa a ser centrada em serviços e questões informacionais. Tal mudança está estritamente vinculada ao desenvolvimento de tecnologias, especialmente as Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC). O atual estágio da sociedade é, portanto, constituído por relações, artefatos e organismos

informacionais. O homem, organismo informacional por excelência, deve se responsabilizar em manter a ‘infosfera’ (ou seja, o ambiente onde ele atualmente vive) saudável e produtiva, evitando comportamentos que colaborem para a sua destruição ou enfraquecimento. Neste sentido, ações que promovem a desinformação são danosas ao convívio coletivo e à sobrevivência de um ambiente próspero de compartilhamento de informações, e de desenvolvimento social do ser humano.

O combate à desinformação, entretanto, não é um processo simples. O conjunto de fatores presentes em um ‘ciclo de vida’ de uma desinformação pode envolver dimensões filosóficas, psicológicas, políticas, econômicas, tecnológicas, culturais (RODRÍGUEZ-FERRÁNDIZ, 2019). Fomentar uma responsabilidade ética, por exemplo, no compartilhamento e criação de conteúdos informacionais, é uma das medidas possíveis no âmbito educacional. Porém, levando em conta fenômenos como o *clickbait* (*links* que ‘monetizam’ os cliques recebidos ao criador do conteúdo) ou o ludíbrio político de conteúdos disseminados por instituições e indivíduos, cabe também discutir responsabilidades civis e criminais às pessoas e entidades que usam da desinformação como meio de viver dentro da ‘infosfera’.

O Marco Civil da Internet (Lei nº 12.965/2014) prevê a obrigação dos provedores de Internet de removerem conteúdos considerados ilegais por decisão judicial. Embora a lei busque dar agilidade a este procedimento, atribuindo competência aos juizados especiais e possibilitando a antecipação de tutela do pedido de retirada, a velocidade ‘viral’ de propagação das *fake news* torna esse sistema de não responsabilização direta das grandes plataformas de conteúdo eletrônico, totalmente ineficaz diante dos danos sociais, políticos e econômicos que a desinformação pode trazer. Recentemente, a Lei 13.834 de 2019 foi sancionada buscando a punição no uso de *fake news* com finalidade eleitoral (BRASIL, 2019c). Ainda que não mencione o termo em seu texto, tal lei surge conjuntamente com a criação da ‘Comissão Parlamentar Mista de Inquérito (CPMI) - Fake News’, que tem, entre suas finalidades “Investigar [...] os ataques cibernéticos que atentam contra a democracia e o debate público; a utilização de perfis falsos para influenciar os resultados das eleições 2018 [...]” (BRASIL, 2019b, p. 1). No entanto, ainda cabe indagar: o atual sistema de responsabilidade civil e criminal do país é eficaz para combater a desinformação?

2 BREVE CONTEXTO DA DESINFORMAÇÃO

Abordar o contexto da desinformação é, antes de tudo, fazer uma reflexão sobre algumas questões histórico-sociais que moldam o presente tempo que, dentre outros termos, é chamado de ‘pós-moderno’ (nos moldes de Lyotard (2004)). Prefixo do momento, o ‘pós’ é usado para indicar transcendências e superações: algo que está além do que aquilo ao qual se refere. Determinante de outras correntes teóricas (como o ‘pós-humano’) e de terminologias que são parte do léxico representativo do atual cenário (como a ‘pós-verdade’), traz consigo uma carga de relativização que desponta, principalmente, nos discursos dentro das redes sociais.

Desta forma, a pós-verdade, ou a ‘superação da verdade’, traz em seu trajeto as mudanças causadas pela inserção gradual da tecnologia no ambiente habitado pelo ser humano. Se as TIC despontam no caminho para a ‘revolução informacional’ e migração para a ‘infosfera’ (FLORIDI, 2010), são as redes sociais que fazem a grande substituição dos meios de comunicação dominantes, e ‘espelhos’ da nova sociedade (RECIO; VIGIL; ZALDUA, 2017).

A imersão da construção e transmissão do conhecimento para esse ‘ciberespaço’ era visto por muitos teóricos (como Lévy (2010)) de forma positiva e progressista. A *web 2.0*, parecia ser, assim, o principal motor da maximização da ‘inteligência coletiva’ de Lévy (2010); a nova forma de se relacionar no ambiente digital que permitiria o enriquecimento do conhecimento e o aperfeiçoamento da condição humana. No entanto, migrar gradativamente a vida humana para dentro deste espaço significa dar conta de todo seu espectro ambivalente e dialético. E assim, um espaço caracterizado pelo fluxo contínuo de informação, não tardaria a ter que lidar com sua contraposição, a desinformação.

De acordo com Fallis (2015, p. 422, tradução nossa), de forma conceitual, a desinformação é “a informação enganosa que tem a função de enganar”. Floridi (2011; 2010), no entanto, considera que a desinformação não chega a ser nem mesmo um tipo de informação, pois está destituída da condição de ser verdadeira. Segundo o autor, a desinformação comunica algo e possui conteúdo semântico, mas não implica a transmissão de dados verdadeiros que possibilitem um desenvolvimento do conhecimento. Sendo assim, a desinformação não pode ser considerada uma forma legítima de informação. Para Floridi

(2011; 2010), o propósito da informação é atribuir sentido aos dados a que se refere e permitir a criação do conhecimento. Se a informação leva ao conhecimento, a que lugar leva a desinformação?

Definir desinformação, no entanto, demanda trazer duas palavras da língua inglesa que estão dentro do conceito, mas que possuem significados diferentes. Enquanto a definição citada de Fallis (2015) corresponde à palavra *disinformation*, o conceito da desinformação é completado também pelo termo *misinformation*. A *disinformation* corresponde a qualquer ação informacional de um dado não verdadeiro, feita de forma *intencional*. Quando tal ação é feita por *engano*, ou seja, quando o indivíduo repassa o conteúdo sem saber que ele é uma desinformação, se trata de uma *misinformation* (FLORIDI, 2010). Uma *disinformation* se propaga, portanto, principalmente do seu repasse através de várias ações de *misinformations*, alimentando um ciclo de propagação entre ‘desinformantes’ e ‘desinformados’. A palavra ‘desinformação’ em português, entretanto, acaba tendo seu sentido constantemente alterado, dependendo do contexto (PINHEIRO; BRITO, 2014).

Historicamente, a concepção da desinformação surge no contexto das grandes guerras, enquanto estratégia para enganar o inimigo no planejamento de invasões e ataques territoriais (FALLIS, 2010; PINHEIRO; BRITO, 2014). Já na presente sociedade da informação, a desinformação atua principalmente em concomitância com a hiperinformação, fenômeno de sobrecarga cognitiva perante o excesso de informações. Dentro dela, a desinformação assume novas táticas e terminologias, como a ‘pós-verdade’ (apelo às emoções e aos sistemas de crenças do indivíduo), os ‘fatos alternativos’ (relativização dos fatos), a ‘*deepfake*’ (vídeos falsos que manipulam imagens por meio de inteligência artificial) e, a mais conhecida de todas, as ‘*fake news*’ (desinformação em forma de notícia jornalística).

As *fake news*, ou ‘notícias falsas’, se tornaram muito populares devido à sua disseminação nas redes sociais. De acordo com Lazer et al. (2018), as *fake news* se caracterizam por imitar visualmente artigos jornalísticos, no entanto, o conteúdo carece de normas e processos editoriais que garantam a precisão e credibilidade das informações. Portanto, o seu formato induz o leitor ao erro, que associa o *layout* e a construção do texto às narrativas de notícias sérias e confiáveis. Apesar de alguns autores argumentarem que não se trata de um fenômeno novo (como Anderson (2018), Buschman (2019) e Cooke (2017)), sua atual relevância se destaca precisamente pelo contexto da ‘infosfera’, ou seja, pela

repercussão que teve dentro do grande fluxo de informações no ambiente digital. Como indicam Weidner, Beuk e Bal (2019), a difusão das *fake news*, dentro do contexto das mídias digitais e das novas tecnologias sociais, permite que exista um acúmulo e permanência desse tipo de conteúdo de forma permanente ao longo do tempo, de uma forma que não era possível nos tempos da mídia impressa. Além disso, o consumo de notícias é cada vez mais feito por fontes secundárias, como o YouTube e o Facebook, o que contribui ainda mais na proliferação das notícias falsas (WEIDNER; BEUK; BAL, 2019).

Com a imersão informacional da vida na 'infosfera', a relação humana com a leitura também vem sendo constantemente modificada. Como indica Carr (2011), a Internet tem possibilitado que a leitura seja cada vez mais superficial. Enquanto a quantidade e velocidade da leitura aumentam, sua densidade e profundidade diminuem. Para Souza e Kenedy (2017), devido à quantidade informações presentes na *web*, o sistema cognitivo humano tem se adaptado para o desenvolvimento da realização de multitarefas concomitantes. Complementando esta atenção distribuída, o modo de leitura também sofre alterações, e passa a ser feito através do '*scanning*', filtrando apenas partes do texto que são consideradas relevantes. Enquanto a leitura classicamente é uma atividade de atenção, na Internet ela passa a promover a dispersão.

Combater a desinformação no sentido da *misinformation* acaba sendo, portanto, principalmente um exercício de promoção da leitura crítica (conforme, por exemplo, a defendida por Leite (2018)). Porém, no âmbito da *disinformation*, tal combate se estende a mecanismos sociais ainda mais complexos, de forma que medidas tecnológicas e educativas não bastam para impedir sua propagação, que envolve, sobretudo, motivações políticas e financeiras.

Em um ambiente que se vê diante de uma 'revolução informacional', onde a sociedade já depende boa parte do seu Produto Interno Bruto (PIB) de produtos e serviços informacionais (FLORIDI, 2010), o fenômeno da desinformação representa possibilidades de colapso social e econômico, instaurando crises identitárias e políticas. Portanto, qual o limite na liberdade para disseminar (des)informação? A busca por responsabilidades legais que evoquem o direito à verdade como forma de desenvolvimento social e humano desempenha um papel importante neste atual contexto. Atualmente, no entanto, a legislação ainda flutua

ao delimitar quem deve arcar com os danos provenientes das ‘viralizações’ de desinformação, sobretudo das *fake news*.

3 DA RESPONSABILIDADE DA DISSEMINAÇÃO

A questão das *fake news* é um problema global, que vem afetando inúmeros países, especialmente aqueles que não possuem sistema de controle ou restrição de acesso à publicação de conteúdos da Internet. Diante dos recentes escândalos envolvendo a utilização de dados de redes sociais para interferir em resultados de pleitos públicos (como por exemplo, no plebiscito do *Brexit* no Reino Unido e na última eleição dos Estados Unidos), os governos passaram a analisar a responsabilidade de empresas de Internet pelo conteúdo compartilhado por meio de suas plataformas (PIKE, 2017).

Uma discussão que vem sendo realizada, neste sentido, diz respeito à natureza jurídica das empresas de Internet. Atualmente, elas estão enquadradas como provedores de Internet e sujeitas à legislação específica. Há quem defenda, contudo, que empresas como o Google e o Facebook devam passar a ser consideradas empresas de mídia e comunicação, tais como empresas de televisão, rádio e jornais. Essa distinção é relevante, pois se enquadradas desta forma, as empresas de Internet podem ser processadas por crimes contra a honra, violação de direitos autorais e outras ilegalidades decorrentes do conteúdo hospedado em seus *sites*, mesmo que estes tenham sido publicados por usuários (PIKE, 2017).

Atualmente, a legislação dos Estados Unidos isenta empresas de Internet da responsabilidade direta pelo conteúdo gerado por usuários em suas plataformas, sendo elas obrigadas a remover o conteúdo somente por decisão judicial. Este sistema legal favoreceu a expansão dos antigos provedores de acesso a Internet, mas tem se mostrado inadequado para evitar a disseminação de desinformação nestas novas plataformas digitais, como Google, Facebook, Youtube e Whatsapp (PIKE, 2017; KLEIN; WUELLER, 2017).

No Brasil, tal matéria foi regulada pela Lei n. 12.965/2014, popularmente conhecida como Marco Civil da Internet, e segue diretrizes semelhantes a da legislação norte-americana, primando pela liberdade de expressão e pelo princípio da não censura, com intervenções

somente no caso de conteúdo considerado ilegal por determinação judicial (SOUZA; TEFFÉ, 2017).

A seção III do Marco Civil da Internet, que trata 'Da Responsabilidade por Danos Decorrentes de Conteúdo Gerado por Terceiros', determina em seu artigo 19 que os provedores não serão responsabilizados pelo conteúdo publicado por usuários em suas plataformas, exceto se, notificados judicialmente, não removerem o conteúdo no prazo determinado, dentro dos limites técnicos de seu serviço (BRASIL, 2014). A lei determina também que quando o conteúdo configurar crime contra a honra, à reputação ou ofensa a direitos da personalidade, a pessoa lesada poderá requerer a sua retirada ou reparação pelos danos decorrentes nos Juizados Especiais. Facilita assim, o acesso a justiça por parte do ofendido, considerando que em alguns casos o juizado especial permite a propositura de ação sem intermédio de advogado.

Uma primeira problemática a ser analisada é o tênue limite que separa a *fake news* enquanto manifestação do direito à liberdade de expressão, e a *fake news* tipificada como crime. Usualmente, publicações ilegais na rede são enquadradas em alguns dos três tipos penais definidos como 'crimes contra a honra' (artigos 138, 139 e 140 do Código Penal), isto é, calúnia, difamação ou injúria. Configura calúnia, quando alguém acusa terceiro de ter cometido um crime que não cometeu; difamação, quando alguém é falsamente acusado de ter cometido fato desonroso, mas que não configura crime; injúria é o popular 'xingamento', que ofende e traz sofrimento a vítima (BRASIL, 1940).

Em alguns casos, contudo, a divulgação de desinformação não configura nenhum desses tipos penais. É o caso de alguns fatos distorcidos, adulterações de imagens, *clickbaits*, 'memes' e teorias da conspiração, por exemplo. Para estes casos, contudo, ainda não há soluções legais, considerando que é livre a manifestação do pensamento humano na *web*, desde que a publicação do conteúdo não configure crime ou contraversão penal, ou cause danos a terceiros.

Além disso, embora a lei tenha buscado facilitar o procedimento de identificação do material lesivo e notificação de remoção aos provedores, atualmente, grande parte do fluxo de *fake news* se dá por meio do Whatsapp, o que torna o procedimento legal ineficaz. Essa ineficácia decorre do fato de que as mensagens enviadas via Whatsapp não ficam armazenadas nos servidores da empresa, mas tão somente nos dispositivos dos usuários.

Ademais, o aplicativo utiliza criptografia ponta-a-ponta (*peer-to-peer*), nem mesmo a própria empresa pode identificar o conteúdo de mensagens. Por estes motivos, não há meios técnicos para que a empresa impeça o compartilhamento de mensagens ilegais, podendo ela invocar a exceção expressa no art. 19 do Marco Civil, que determina a obrigação de retirara de conteúdo pelo provedor somente “[...] no âmbito e nos limites técnicos do seu serviço [...]” (BRASIL, 2014, p. 1).

A ausência de responsabilidade legal pela produção e disseminação de notícias falsas para fins eleitorais facilitou a utilização de *fake news* em ‘escala industrial’ mesmo antes do início das eleições brasileiras de 2018. De acordo com Caldas e Caldas (2019), foram identificados disparos massivos de mensagens com conteúdo político, advindos de partidos que disputavam os principais cargos políticos, incluindo a Presidência da República. Alguns candidatos recorreram ao Tribunal Superior Eleitoral (TSE) ainda durante as eleições, mas a ausência de legislação específica sobre o tema, e a dificuldade da produção de provas, fez com que nenhuma intervenção tomada pelo Tribunal evitasse que os eleitores fossem ‘bombardeados’ por propaganda política em suas redes sociais, muitas delas contendo notícias falsas.

Caldas e Caldas (2019) mencionam, todavia, que uma decisão, proferida pelo TSE, determinou ao Facebook a remoção de conteúdo anônimo a respeito de uma pré-candidata à presidência, sob o fundamento de que se tratava de notícia distorcida com viés ideológico, produzida com a finalidade de influenciar opiniões na rede. Além da intervenção do tribunal, a opinião pública também cobrou ações das empresas mantenedoras das principais redes sociais. No final de 2019, o WhatsApp enviou um relatório à CPMI das *fake news* citando o banimento de mais de 400 mil contas brasileiras, entre agosto e outubro de 2018, por violarem os termos do serviço. Alguns dos critérios de exclusão das contas divulgados pela empresa foram a suspeita no uso de robôs (*bots*) para disparos em massa e a disseminação de *fake news* e de mensagens de ódio (BRITO, 2019; GARCIA, 2019). Apesar da empresa já ter relatado preocupação com *spams* e a privacidade em seu *blog* oficial em anos anteriores, foi a partir de janeiro de 2019 que realmente começou a prover ações mais efetivas no combate à desinformação, limitando o número de encaminhamentos de uma mesma mensagem por cada usuário (WHATSAPP INC., 2019).

Também como resposta ao contexto das eleições de 2018, o Congresso Nacional promulgou a Lei 13.834 de 2019, que altera o Código Eleitoral Brasileiro para inserir o tipo penal da denúncia caluniosa para fins eleitorais, agora previsto no art. 326-A:

326-A: Dar causa à instauração de investigação policial, de processo judicial, de investigação administrativa, de inquérito civil ou ação de improbidade administrativa, atribuindo a alguém a prática de crime ou ato infracional de que o sabe inocente, com finalidade eleitoral:

Pena - reclusão, de 2 (dois) a 8 (oito) anos, e multa.

§ 1º A pena é aumentada de sexta parte, se o agente se serve do anonimato ou de nome suposto.

§ 2º A pena é diminuída de metade, se a imputação é de prática de contravenção.

§ 3º Incorrerá nas mesmas penas deste artigo quem, comprovadamente ciente da inocência do denunciado e com finalidade eleitoral, divulga ou propala, por qualquer meio ou forma, o ato ou fato que lhe foi falsamente atribuído (BRASIL, 2019a, p. 1).

Como se observa, essa alteração da legislação eleitoral que ficou conhecida como ‘Lei das *fake news*’, sequer faz menção direta ao termo, tampouco se aplica exclusivamente a conteúdo publicado na Internet. Trata-se, por outro lado, de um tipo penal genérico, que visa punir aquele que dá causa a abertura de processo investigatório contra terceiro com finalidade eleitoral, quando sabe da inocência do denunciado. A mesma pena de reclusão de dois a oito anos pode ser aplicada a quem divulga, por qualquer meio ou forma, e com finalidade eleitoral, falsidades sobre alguém, tendo ciência de sua inocência.

De forma geral, o atual ordenamento jurídico não inclui meios de responsabilização da *fake news* proposital (*disinformation*) para gerar lucro (*clickbait*) (ainda que, em casos específicos, poderia ser configurada como propaganda enganosa ou abusiva (art. 67 do Código de Defesa do Consumidor) (BRASIL, 1990)). Ademais, a legislação ainda é omissa quanto à responsabilização de pessoas ou instituições que promovem disparo massivo de mensagens falsas (com a utilização dos *bots*) com o intuito de influenciar decisões políticas. No entanto, é de se esperar que os primeiros passos sejam dados no próximo ano para avançar em tais questões. A Lei 13.834/2019, a ‘CPMI – Fake news’, e as mobilizações feitas pelo Whatsapp e outras empresas do ramo parecem querer contribuir neste sentido.

No entanto, dentro de uma realidade em que a desinformação parece ser cada vez mais a regra, cabe ressaltar que a sociedade precisa estar vigilante e atenta para monitorar os sistemas que a regulam.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A discussão sobre as formas de responsabilização por danos decorrentes da disseminação de desinformação, sobretudo da publicação de *fake news*, ainda se mostra abrangente e pouco estruturada. Apesar de alguns países já possuírem algum respaldo legal mínimo, os atuais sistemas não estão dando conta deste fenômeno que prejudica o desenvolvimento e funcionamento da sociedade da informação.

A legislação atual brasileira prima pela não responsabilização das empresas provedoras de plataformas de Internet pelos danos causados pelo conteúdo publicado por seus usuários, salvo se não promoverem a retirada de conteúdo considerado legal por decisão judicial. Ao passo que esse modelo deu segurança jurídica às empresas pioneiras e favoreceu a expansão da Internet, atualmente têm se mostrado ineficaz para combater a desinformação viral, considerando a velocidade de propagação dos conteúdos nas redes sociais e a tecnologia de criptografia adotada nos aplicativos de mensagens instantâneas. Embora nestes casos possam ser utilizados alguns dispositivos legais já mencionados, constata-se que a legislação atual ainda não está pronta para combater efetivamente a desinformação.

Cabe, porém, destacar que a desinformação não se resolve unicamente a um problema legal. Criar mecanismos legislativos de responsabilização é importante, porém não parece dar conta de todo o problema sistêmico que envolve os processos de criação e disseminação de desinformação. Portanto, ressalta-se que combater a desinformação é um processo complexo, de vários níveis, etapas e ações. Envolve responsabilidade legal, mas também envolve responsabilidade ética e social. E, principalmente, medidas educacionais responsáveis e comprometidas com a transmissão do conhecimento.

Além disso, é importante sempre questionar se a utilização das leis não está servindo a fins antidemocráticos. Pois o combate à desinformação deve ter também a cautela

necessária para não se tornar instrumento de censura. Por último, se existe uma ‘guerra informacional’ (como defende, por exemplo, Virilio (2000)) é porque a desinformação talvez nunca tenha perdido seu sentido inicial que procura, além de reforçar o individualismo, atualizar para a sociedade da informação a divisão do mundo entre ‘aliados’ e ‘inimigos’.

REFERÊNCIAS

ANDERSON, Katie. Getting acquainted with social networks and apps: combating fake news on social media. **Library Hi Tech News**, v. 35, n. 3, p. 1-6, 2018. Disponível em: <https://doi-org.ez46.periodicos.capes.gov.br/10.1108/LHTN-02-2018-0010>. Acesso em: 27 nov. 2019.

BRASIL. **Decreto-lei n. 2.848, de 7 de dezembro de 1940**. Código penal. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/del2848.htm. Acesso em: 16 abr. 2019.

BRASIL. **Lei n. 12.965, de 23 de abril de 2014**. Estabelece princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da Internet no Brasil. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/ato2011-2014/2014/lei/112965.htm. Acesso em: 16 abr. 2019.

BRASIL. **Lei nº 13.834, de 4 de junho de 2019**. Altera a Lei nº 4.737, de 15 de julho de 1965 - Código Eleitoral, para tipificar o crime de denúncia caluniosa com finalidade eleitoral. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/ato2019-2022/2019/Lei/L13834.htm. Acesso em: 10 dez. 2019.

BRASIL. **Lei n. 8.078, de 11 de setembro de 1990**. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/L8078.htm. Acesso em: 16 abr. 2019.

BRASIL. Senado Federal. **Comissão Parlamentar Mista de Inquérito - Fake News**. 2019. Disponível em: <https://legis.senado.leg.br/comissoes/comissao?0&codcol=2292>. Acesso em: 06 dez. 2019.

BRASIL. Senado Federal. **Senado notícias**, 11 nov. 2019. Com veto derrubado, lei prevê punição para quem divulgar fake news nas eleições. Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2019/11/11/com-veto-derrubado-lei-pune-quem-divulgar-fake-news-nas-eleicoes>. Acesso em: 22 nov. 2019.

BRITO, Ricardo. WhatsApp banuiu 400 mil contas do Brasil durante eleições de 2018. **Reuters**, 18 nov. 2019. Disponível em: <https://br.reuters.com/article/internetNews/idBRKBN1XS2NJ-OBRIIN>. Acesso em: 17 dez. 2019.

BUSCHMAN, John. Good news, bad news, and fake news: going beyond political literacy to democracy and libraries, **Journal of Documentation**, v. 75, n. 1, p. 213-228, 2019. Disponível em: <https://doi-org.ez46.periodicos.capes.gov.br/10.1108/JD-05-2018-0074>. Acesso em: 27 nov. 2019.

CALDAS, Camilo O. L.; CALDAS, Pedro N. L.. State, democracy and technology: political conflicts and vulnerability in the context of big-data, fake news and shitstorms. **Perspectivas em Ciência da Informação**, Belo Horizonte, v. 24, n. 2, p. 196-220, Jun. 2019. Disponível em:

http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-99362019000200196&lng=en&nrm=iso. Acesso em: 18 dez. 2019.

CARR, Nicholas G. **A geração superficial**: o que a Internet está fazendo com nossos cérebros. Rio de Janeiro: Agir, 2011.

COOKE, Nicole A. Posttruth, truthiness, and alternative facts: information behavior and critical information consumption for a new age. **The Library Quarterly**, v. 87, n. 3, p. 211-221, jul. 2017. Disponível em: <https://www.journals.uchicago.edu/doi/abs/10.1086/692298>. Acesso em: 22 nov. 2019.

FALLIS, Don. A conceptual analysis of disinformation. In: **ICONFERENCE**, 4., 2009, Chapel Hill. **Proceedings...**. Illinois: Ideals, 2010. Disponível em: <http://hdl.handle.net/2142/15205>. Acesso em: 17 out. 2019.

FALLIS, Don. What is disinformation?. **Library Trends**, v. 63, n. 3, p. 401-426, 2015. Disponível em: <https://www.ideals.illinois.edu/bitstream/handle/2142/89818/63.3.fallis.pdf?sequence=2>. Acesso em: 22 nov. 2019.

FLORIDI, Luciano. **Information**: a very short introduction. Oxford: Oxford University Press, 2010.

FLORIDI, Luciano. **The philosophy of information**. Oxford: Oxford University Press, 2011.

GARCIA, Gustavo. WhatsApp diz ter banido mais de 400 mil contas durante a campanha eleitoral de 2018. **G1**, 18 nov. 2019. Disponível em:

<https://g1.globo.com/politica/noticia/2019/11/18/whatsapp-diz-ter-banido-mais-de-400-mil-contas-durante-a-campanha-eleitoral-de-2018.ghtml>. Acesso em: 17 dez. 2019.

KLEIN, David O.; WUELLER, Joshua R. Fake news: a legal perspective. **Journal of Internet Law**, v. 20, n. 10, p. 5-13, Apr. 2017. Disponível em: <http://link-galegroup.ez46.periodicos.capes.gov.br/apps/doc/A489987285/AONE?u=capes&sid=AONE&xid=d46c33a>. Acesso em: 11 dez. 2019.

LAZER, David M. J. et al. The science of fake news: addressing fake news requires a multidisciplinary effort. **Science**, v. 359, n. 6380, p. 1094-1096, 09 mar. 2018. Disponível em: <http://science.sciencemag.org/content/359/6380/1094.full>. Acesso em: 07 jun. 2019.

LEITE, Leonardo Ripoll Tavares. **Confiabilidade informacional**: a Filosofia da Informação e o desenvolvimento da leitura crítica no ambiente virtual. 129 p. Dissertação (Mestrado) - Universidade do Estado de Santa Catarina, Centro de Ciências Humanas e da Educação, Programa de Pós-Graduação em Gestão de Unidades de Informação, Florianópolis, 2018. Disponível em: <http://sistemabu.udesc.br/pergamumweb/vinculos/000050/0000500b.pdf>. Acesso em: 10 dez. 2019.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. 3. ed. São Paulo: Ed. 34, 2010.

LYOTARD, Jean François. **A condição pós-moderna**. 8. ed. Rio de Janeiro: J. Olympio, 2004.

OXFORD UNIVERSITY PRESS. **Word of the year 2016 is...** . 2019. Disponível em: <https://en.oxforddictionaries.com/word-of-the-year/word-of-the-year-2016>. Acesso em: 18 nov. 2019.

PIKE, George H. Scrutiny of Google and Facebook increases on both sides of the Atlantic. **Information Today**, v. 35, n. 1, 2018. Disponível em: <http://newsbreaks.infotoday.com/NewsBreaks/Scrutiny-of-Google-and-Facebook-Increases-on-Both-Sides-of-the-Atlantic-121538.asp>. Acesso em: 05 jun. 2019.

PINHEIRO, Marta Macedo Kerr; BRITO, Vladimir de Paula. Em busca do significado da desinformação. **DataGramZero**, v. 15, n. 6, p. A05, 2014. Disponível em: <http://www.brapci.inf.br/index.php/article/download/51758>. Acesso em: 26 nov. 2019.

RECIO, Juan Carlos Marcos; VIGIL, Juan Miguel Sánchez; ZALDUA, María Olivera. La enorme mentira y la gran verdad de la información en tiempos de la postverdad. **Scire: representación y organización del conocimiento**, v. 23, n. 2, p. 13-23, jul./dic. 2017. Disponível em: <https://www.ibersid.eu/ojs/index.php/scire/article/view/4446>. Acesso em: 27 nov. 2019.

RODRÍGUEZ-FERRÁNDIZ, Raúl. Posverdad y *fake news* en comunicación política: breve genealogía. **El profesional de la información**, v. 28, n. 3, p. 1-14, may. 2019. Disponível em: <http://web-a-ebsohost.ez46.periodicos.capes.gov.br/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=3&sid=f646980e-bcbf-4cb4-988c-b88766ff5443%40sessionmgr4008>. Acesso em: 14 dez. 2019.

SOUZA, Carlos Affonso; TEFFÉ, Chiara Spadaccini de. Responsabilidade dos provedores por conteúdos de terceiros na internet. **Revista Consultor Jurídico**, 23 jan. 2017. Disponível em: <https://www.conjur.com.br/2017-jan-23/responsabilidade-provedor-conteudo-terceiro-internet>. Acesso em: 10 dez. 2019.

SOUZA, Joana Angélica da Silva de; KENEDY, Eduardo. A leitura dos nativos digitais: uma abordagem psicolinguística. **SOLETRAS**, [S.l.], n. 33, p. 189-211, jun. 2017. Disponível em: <https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/soletras/article/view/29700>. Acesso em: 13 dez. 2019.

VIRILIO, Paul. **Estratégia da decepção**. São Paulo: Estação Liberdade, 2000.

VOSOUGHI, Soroush; ROY, Deb; ARAL, Sinan. The spread of true and false news online. **Science**, v. 359, n. 6380, p. 1146-1151, 09 mar. 2018. Disponível em: <http://science.sciencemag.org/content/359/6380/1146.full>. Acesso em: 05 fev. 2019.

WEIDNER, Kelly; BEUK, Frederik; BAL, Anjali. Fake news and the willingness to share: a schemer schema and confirmatory bias perspective. **Journal of Product & Brand Management**, 6 May 2019. Disponível em: <https://www-emerald.ez46.periodicos.capes.gov.br/insight/content/doi/10.1108/JPBM-12-2018-2155/full/html>. Acesso em: 28 nov. 2019.

WHATSAPP INC. **Blog do Whatsapp**. 2019. Disponível em: <https://blog.whatsapp.com/?page=2>. Acesso em: 17 dez. 2019.