

[artigo original]

LIBERDADE DE EXPRESSÃO E FAKE NEWS: O ANONIMATO EM REDE COMO AMEAÇA AOS DIREITOS FUNDAMENTAIS E A DEMOCRACIA

David Roverso Musso¹

Resumo

O presente artigo analisa os impactos do anonimato digital na disseminação de notícias falsas e os reflexos sobre os direitos fundamentais e o regime democrático. A pesquisa parte da premissa de que a liberdade de expressão, embora constitucionalmente garantida, encontra limites normativos quando confrontada com práticas que distorcem a verdade e comprometem a formação livre da opinião pública. Adota-se abordagem qualitativa, de natureza exploratória e teórico-analítica, baseada em revisão bibliográfica e documental. Nesse contexto, demonstra-se que o jornalismo profissional é colocado em posição de desigualdade, por se submeter a rígidos deveres de responsabilidade editorial dos quais os usuários comuns, muitas vezes anônimos ou identificados por perfis falsos, em regra estão dispensados. Evidencia-se que o ambiente das redes sociais, marcado pela ausência de curadoria profissional, pela arquitetura algorítmica segmentada e pela leniência quanto à criação e manutenção de perfis inautênticos, potencializa a propagação das chamadas *fake news*. Conclui-se pela necessidade de revisão do marco normativo vigente, com destaque para o enfrentamento do anonimato digital e para o reconhecimento da responsabilidade civil das plataformas, como pressupostos para a preservação da democracia e da liberdade de expressão em patamar minimamente informado.

Palavras-chave: liberdade de expressão; *fake news*; direitos fundamentais; jornalismo; democracia.

FREEDOM OF EXPRESSION AND FAKE NEWS: THE THREAT OF DIGITAL ANONYMITY TO FUNDAMENTAL RIGHTS AND DEMOCRACY

Abstract

This article examines the impacts of digital anonymity on the dissemination of fake news and its effects on fundamental rights and the democratic regime. The research is based on the premise that freedom of expression, although constitutionally guaranteed, is subject to normative limits when confronted with practices that distort the truth and undermine the free formation of public opinion. The study adopts a qualitative, exploratory and theoretical-analytical approach, grounded in bibliographical and documentary review. It shows that professional journalism is placed at a structural disadvantage, as it is subject to strict standards of editorial responsibility from which

¹ Doutorando em Direitos Fundamentais e Democracia do Centro Universitário Autônomo do Brasil – Unibrasil. Mestre e bacharel Direito, bacharel em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo. Advogado e Jornalista. E-mail: drmusso@hotmail.com.

ordinary users, often anonymous or operating fake profiles, are largely exempt. The analysis demonstrates that the environment of social networks, characterized by the absence of professional content curation, segmented algorithmic architectures and leniency regarding the creation and maintenance of inauthentic accounts, enhances the spread of fake news. The article concludes that the current regulatory framework must be revised, particularly through measures addressing digital anonymity and recognizing the civil liability of platforms, as essential conditions for safeguarding democracy and ensuring freedom of expression on an adequately informed basis.

Keywords: freedom of expression; *fake news*; fundamental rights; journalism; democracy.

1 INTRODUÇÃO

A liberdade de expressão é uma das garantias estruturantes da ordem constitucional brasileira, reafirmada como condição indispensável ao funcionamento do Estado Democrático de Direito. Ao longo da história, essa liberdade tem sido o alicerce do jornalismo profissional, que exerce papel fundamental na difusão da informação, na formação da opinião pública e no controle social dos poderes instituídos. Contudo, os avanços tecnológicos da comunicação e a consolidação das redes sociais como principais meios de acesso à informação alteraram profundamente o ecossistema informacional contemporâneo.

Nesse novo ambiente digital, marcado por algoritmos de segmentação, ausência de curadoria editorial e facilidade de anonimato, a liberdade de expressão passou a ser explorada como escudo para práticas que violam frontalmente outros direitos fundamentais. As chamadas *fake news* – conteúdos fabricados, com intenção de enganar e causar dano – encontraram nas redes sociais um terreno fértil para sua difusão massiva e veloz, com graves implicações para a integridade da informação, para a reputação de indivíduos e instituições, e para o próprio regime democrático.

O jornalismo profissional, por sua vez, permanece submetido a normas rigorosas de responsabilidade, enquanto os usuários anônimos ou identificados por perfis falsos escapam a qualquer forma de controle ou sanção. Essa assimetria normativa compromete a isonomia entre os atores que produzem e compartilham conteúdo e enfraquece os mecanismos institucionais de responsabilização.

Este trabalho tem o objetivo examinar, sob a perspectiva constitucional e democrática, os efeitos do anonimato em rede na propagação de notícias falsas, além das repercussões para os direitos fundamentais e para a democracia. Parte-se da hipótese de que a liberdade de expressão, embora essencial, não é um direito absoluto e deve ser harmonizada com outros bens jurídicos igualmente tutelados.

O estudo busca demonstrar que a ausência de controle sobre perfis anônimos, associada à mercantilização da atenção do usuário, constitui grave omissão do ordenamento jurídico contemporâneo e demanda medidas urgentes de responsabilização das plataformas e revisão do marco normativo vigente.

A pesquisa adota abordagem qualitativa, de natureza exploratória e teórico-analítica, estruturada a partir de revisão bibliográfica e documental. O estudo examina literatura nacional e internacional sobre liberdade de expressão, anonimato digital, desinformação e responsabilidade civil das plataformas, além de relatórios técnicos,

estudos empíricos e documentos produzidos por instituições e veículos jornalísticos.

O recorte temporal concentra-se no período compreendido entre 2010 e 2025, correspondente à consolidação das redes sociais como ambiente predominante de circulação de informação e ao crescimento global da preocupação com a desinformação digital. A seleção das fontes obedeceu a dois critérios principais: (i) relevância teórica, privilegiando autores de referência para a compreensão dos impactos sociais e jurídicos das plataformas digitais; e, (ii) pertinência temática, considerando estudos que analisam o fenômeno das *fake news*, a arquitetura algorítmica das redes e os limites constitucionais da liberdade de expressão.

A análise das informações coletadas foi conduzida sob o método crítico-interpretativo, articulando o referencial teórico ao exame de manifestações normativas, dados estatísticos amplamente divulgados e exemplos concretos de disseminação de desinformação nas plataformas. Não foram utilizados instrumentos quantitativos, pois o objetivo do estudo não é mensurar estatisticamente o fenômeno, mas compreender os contornos jurídicos e democráticos a partir de evidências qualitativas consolidadas.

Reconhece-se como limitação da pesquisa o uso predominante de dados secundários, consequência natural da rapidez com que as práticas digitais se transformam, além da ausência de investigação empírica de campo. Isso não compromete a validade do estudo, mas estabelece os limites do seu alcance. Ainda assim, o método adotado revela padrões relevantes, evidencia tensões normativas e expõe lacunas regulatórias que ajudam a iluminar o debate sobre a responsabilidade das plataformas e sobre a necessidade de enfrentar o anonimato digital no ambiente democrático contemporâneo.

Para desenvolver essas questões, o trabalho é organizado em três eixos centrais. No primeiro, examina-se a evolução da comunicação em rede e a transformação do ambiente informacional que permitiu a expansão das *fake news*. No segundo, discute-se a liberdade de expressão no marco constitucional brasileiro e a assimetria normativa que distingue o jornalismo profissional dos usuários anônimos das plataformas. Por fim, analisa-se a relação entre anonimato digital, desinformação e responsabilidade civil das empresas de tecnologia, apontando os desafios regulatórios e as implicações para a preservação da democracia.

2 A COMUNICAÇÃO SOCIAL EM REDE

A popularização da comunicação social na internet teve seus primeiros registros na década de 1990. As conexões iniciais, feitas por usuários comuns, ocorreram na esteira da difusão dos computadores pessoais. Naquele período, os equipamentos passaram a ser vendidos com componentes que permitiam esse tipo de acesso, até então restrito à indústria e a grandes conglomerados.

O modo de interação dos usuários, contudo, era muito diferente do atual – especialmente no que se refere à instantaneidade e à onipresença. Nos tempos em que “tudo era mato” – expressão popular nas redes sociais para se referir aos primórdios da internet – a navegação estava condicionada à temporalidade. Para acessar a rede, era necessário submeter-se a conexões precárias, de baixa qualidade e com custo elevado em comparação com os padrões atuais de conexão e consumo.

No Brasil, em especial, o acesso à internet era feito, em sua maioria, por conexões

discadas, geralmente durante a madrugada e nos fins de semana. Entre a meia-noite e as 6 horas da manhã, e das 12 horas de sábado até as 6 horas da manhã de segunda-feira, o custo da ligação era fixo, independentemente do tempo de conexão. Fora desses períodos, o acesso via fax-modem era tarifado por minuto de uso, o que tornava a navegação significativamente mais cara.

Para além da questão temporal, os primeiros momentos da popularização da internet revelam um aspecto comportamental relevante quanto ao padrão de consumo do usuário: a solidão. O destino mais comum dos conectados era a busca por informações em blogs e fóruns, além do acesso a conteúdos armazenados em repositórios de mídia. Ou seja, tratava-se de uma experiência marcada por comunicação unidirecional e monomodal, sem interação imediata ou efetiva entre quem produzia e quem recebia o conteúdo (Santaella; Lemos, 2010, p. 57).

Esse estágio inicial contribuiu para o surgimento de um fenômeno que se tornaria, anos depois, a essência das redes: a “tribalização” – a formação de comunidades de interesse em torno de temas altamente segmentados e específicos, condensações momentâneas e fluidas, porém de forte envolvimento emocional (Maffesoli, 1998, p. 107).

Na segunda metade dos anos 1990, surgiu uma plataforma considerada por muitos o embrião dos sites de redes sociais, embora a comunicação na internet ainda se mantivesse no contexto monomodal característico daquela geração. Em 1996, foi lançado o primeiro programa de mensagens instantâneas interpessoais a ganhar popularidade global: o ICQ. O aplicativo é amplamente visto como revolucionário por inaugurar a possibilidade inédita de comunicação em tempo real em rede – um marco que impulsionaria ainda mais as interações digitais.

As características e os padrões de comportamento dos usuários em rede na última década do século XX definem o que se convencionou chamar de Web 1.0 – a primeira fase de desenvolvimento da internet. Essa fase somente foi superada com o efetivo surgimento dos sites de redes sociais, nos anos 2000, movimento conhecido como Web 2.0. Essa transição se consolidou com o lançamento e a popularização de plataformas como MySpace, Orkut e LinkedIn, que passaram a oferecer ferramentas específicas de promoção de um relacionamento mais dinâmico e segmentado entre os usuários (Hornik, 2005).

O grande marco dessa nova fase é a ruptura com o padrão de solidão do usuário. Essa transição foi viabilizada, sobretudo, pela evolução tecnológica – que aprimorou a qualidade das conexões e dos dispositivos de acesso – e pela reinvenção da internet como uma rede dinâmica, concebida para facilitar o contato social e a interação efetiva entre os usuários, em ambientes organizados sob a lógica de plataformas digitais (Amaral, 2016, p. 22).

As redes sociais passaram a concentrar, em um único ambiente, os antes dispersos grupos de interesse específico, reforçando o processo de ‘tribalização’. Mais do que organizar essas comunidades, as plataformas passaram a permitir a interação coletiva — e não apenas interpessoal, como ocorria na primeira geração de relacionamentos online. “O aspecto central desta etapa é a possibilidade de, dentro de cada plataforma, o usuário criar e descobrir a própria rede” (Colombo, 2018, p. 26).

A melhoria nas condições de acesso do usuário à internet rompe também com a ideia de temporalidade. As conexões deixam de ser delimitadas pela qualidade deficitária

ou pelo custo elevado da tarifa para manter o usuário conectado e preso a uma linha telefônica. No Brasil, esse fenômeno passa a ser observado de forma mais intensa a partir do ano 2000, quando é lançada a conexão de banda larga, em escala comercial. Com a tecnologia ADSL,² o usuário passou a pagar uma mensalidade pelo acesso ilimitado, deixando para trás a tarifação por minuto. A velocidade das conexões saltou de 56 para pelo menos 256 kilobytes por segundo — podendo alcançar até 2000 kilobytes, dependendo do plano contratado (Folha de São Paulo, 1999).

Com menos barreiras técnicas, o perfil do conteúdo consumido também se transformou. Deixaram de predominar os materiais arquivados em repositórios de mídia, fóruns e blogs. O foco passou a ser o fluxo contínuo de informações geradas por outros usuários, que também assumiram o papel de produtores de conteúdo dentro de suas respectivas ‘tribos’. A circulação tornou-se instantânea e a presença do indivíduo na rede, constante — acessando, produzindo e se expondo de forma permanente (Santaella; Lemos, 2010, p. 59).

Essa lógica pôs fim à noção de distância a ser percorrida pela informação. Os fatos são instantâneos em todo o planeta, tanto na teoria quanto na prática (Bauman, 1999, p. 22). Ao contrário da presunção do senso comum, o aumento da conectividade não tornou as pessoas menos propensas às interações sociais, quando se voltam para os dispositivos. Na verdade, os usuários da internet passam a ser mais sociáveis, a terem mais amigos e serem politicamente mais ativos do que os indivíduos que não estão conectados (Castells, 2006, p. 23).

Nesse novo ecossistema digital, estar presente e inserido no fluxo contínuo de interação passou a ser uma exigência. No universo online contemporâneo, o passado perde relevância rapidamente: o presente se torna passado em questão de segundos. A “conexão é tão contínua a ponto de se perder o interesse pelo que aconteceu dois minutos atrás. Apenas o movimento do agora interessa” (Castells, 2006, p. 62).

Embora não haja consenso acadêmico quanto aos critérios exatos que definem uma rede social, há certo acordo sobre alguns elementos essenciais. São eles: a possibilidade de criação de perfis únicos de identificação; a articulação de contatos e conexões públicas com outros usuários; a produção de conteúdo próprio; e o consumo ou interação com informações produzidas por terceiros na mesma rede (Ellison; Boyd, 2013, p. 157). A esses elementos somam-se outros dois: a intercambialidade, que permite o acesso multiplataforma (não apenas por computadores, mas também por dispositivos móveis como smartphones e tablets); e a sistematização dos dados gerados pelos usuários, por meio de algoritmos (Santaella; Lemos, p. 61-62).

Esses códigos conferem à plataforma a capacidade de mensurar a relevância de um conteúdo e direcioná-lo ao público mais propenso a interagir com ele (Gillespie, 2018, p. 97). Os algoritmos, em particular, são considerados como o elemento mais sensível das redes sociais, na atualidade. Se, por um lado, são responsáveis por alimentar o usuário com o conteúdo que é do seu interesse; por outro, impossibilitam que esse mesmo usuário seja exposto ao contraditório e a conteúdos que divirjam, via de regra, do seu modo de pensar.

A codificação é usada invariavelmente pela plataforma como ferramenta de

² *Assymetrical Digital Subscriber Line*, ou Linha Digital Assimétrica para Assinante, em tradução livre.

identificação de um perfil de interesses do usuário, do ponto de vista comercial. Por meio dos algoritmos, a rede social passa a poder oferecer uma publicidade personalizada ao usuário (Basan; Faleiros Júnior, 2020, p. 3).

Com base no comportamento do perfil na rede social, a plataforma realiza uma coleta de dados pessoais sensíveis que passam a compor a identidade algorítmica daquele usuário da plataforma (Cerqueira; Oliveira, 2022, p. 75). Esse conjunto de informações concede à rede uma capacidade de antecipação de comportamentos futuros, por meio da presunção. Ou seja, para além de dar à rede a capacidade de direcionar o conteúdo que é do interesse daquele perfil, concede também a oportunidade de lhe ofertar produtos e experiências comerciais (Gillespie, 2018, p. 102).

Em última análise, o usuário da rede social, ainda que não precise pagar pelo acesso, ofertado no geral de forma gratuita, passa a ser considerado um consumidor em potencial para a plataforma, já que a rede social se mantém operando, do ponto de vista financeiro, por meio da venda de anúncios, que podem ser comercializados de acordo com esse perfil detalhado de público-alvo, gerado pelo código algoritmo (Basan; Faleiros Júnior, 2020, p. 4).

O aprimoramento pelas plataformas da capacidade de ler o comportamento e definir perfis padrão de usuários é a grande novidade a partir dos anos de 2010 (Hornik, 2005). O Facebook e o Google se notabilizaram na construção desse modelo de negócio, que desperta preocupações legítimas do ponto de vista da privacidade do usuário – e de um eventual comportamento ilegítimo das redes sociais na extração de dados pessoais, mercantilização e indução a uma padronização de comportamentos, que teria resultado no chamado Capitalismo de Vigilância.

Diferente das formas tradicionais de exploração capitalista centradas na produção de bens e serviços, esse novel modelo de capitalismo transforma o comportamento humano em matéria-prima para análise preditiva e direcionamento comercial. Ao mapear padrões de navegação, preferências e até reações emocionais, as empresas de tecnologia passam a antecipar e influenciar decisões de consumo, moldando experiências personalizadas, porém altamente controladas (Zuboff, 2015, p. 85).

Mesmo a partir dessa robusta evolução tecnológica, havida nas duas primeiras décadas dos anos 2000, a denominada Web 2.0 persiste como geração contemporânea do desenvolvimento da internet; predominante nos dias atuais, quando considerados os elementos e características descritos até aqui.

Não pode passar despercebido, porém, o fato de que estudiosos do tema já tratam há muito de uma nova geração, que deve chegar com a promessa de revolucionar mais uma vez o modo como é entendida a conexão em rede. Trata-se da Web ao Quadrado, que amplia as bases da Web 2.0 ao integrar a internet das coisas, sensores e dados em tempo real, conectando máquinas e objetos cotidianos à rede (Battelle; O'Reilly, 2009, p. 2).

Os algoritmos da Web 2.0, com sua capacidade de fomento à reunião de grupos 'tribais', de nichos particularmente específicos, aliado ao desenvolvimento tecnológico que viabiliza a presença cada vez mais constante, onipresente do usuário em rede, fez por explodir a audiência das redes sociais. Para além de ser fonte do fluxo contínuo de informação, as novas mídias passaram a predominar como local de consumo da informação jornalística – tão fundamental à manutenção da democracia.

Dados de 2025 mostram que 82% dos brasileiros consomem conteúdo jornalístico em smartphones – em 2013, apenas 23% do público preferia o dispositivo. Já as redes sociais são consideradas fontes de informação e consumo de notícia para 54% dos brasileiros – mais da metade da população. Os veículos on-line, considerando redes sociais e portais de notícia, são as principais fontes de informação para 78% da população (Newman *et al.*, 2025, p. 123).

O que também chama a atenção é que as plataformas já superaram antigos fenômenos de audiência. A televisão, por muito tempo preferência unânime, aparece somente como a terceira fonte de notícias mais consumida do país, com 54% das escolhas – em 2013, 75% da população do país consumia notícias por esta mídia. O jornal impresso, que chegou a ser fonte de informação de metade da população brasileira em 2013, hoje responde por apenas 10% da preferência.

Entre as redes sociais de maior audiência no que diz respeito à preferência para consumo de conteúdo jornalístico, o YouTube e o Instagram saem na frente, sendo os canais preferidos de 37% dos brasileiros. Na sequência aparecem o WhatsApp (36%), o Facebook (28%), o TikTok (18%), e o X (9%). Outro dado relevante é que 36% dos brasileiros afirmam compartilhar o conteúdo jornalístico consumido na internet, nas próprias redes sociais, ou via mensagem ou e-mail (Newman *et al.*, 2025, p. 123).

O compartilhamento do conteúdo consiste na própria lógica das redes sociais que caracteriza os tempos atuais. Para além de consumir o conteúdo online, os usuários agem como agentes impulsionadores da informação, aos pares das ‘tribos’ de que fazem parte (Boyd, 2010, p. 40). Na dinâmica da plataforma, “os públicos podem ser reatores, (re)fabricantes e (re)distribuidores, engajando-se em cultura e conhecimento compartilhados por meio do discurso e da troca social, bem como por meio de atos de recepção na mídia” (ITO, 2008, p. 2).

A principal diferença das redes sociais em relação aos veículos de comunicação tradicionais do passado – como são o jornal impresso, a televisão ou o rádio – é que nas redes não existe a figura de um curador de conteúdo profissional, como é o caso do editor-chefe das redações jornalísticas, por exemplo. No fluxo de informação produzido nas plataformas, não há a mediação entre o criador da informação e o público. Essa característica particular do compartilhamento de conhecimento em redes pode resultar em ao menos quatro disfunções.

A primeira delas é a replicação de conteúdos carentes de qualidade e de rigor técnico no processo produtivo (Boyd, 2010, p. 47). A visibilidade concedida a materiais desqualificados na essência, que não sobreviveriam ao crivo de um editor profissional. Para além disso, a lógica da ‘tribalização’, característica própria e marcante das redes, impõe um bloqueio ao conteúdo heterogêneo, aquele capaz de circular por coletividades variadas. A reunião de grupos muito segmentados e pouco relacionados entre si é responsável por criar um espaço onde certos conteúdos são proibidos, desmistificando a fantasia da rede “como um espaço de livres fluxos de informação” (Colombo, 2018, p. 43).

A segunda disfunção está relacionada à perda de contexto para o consumo da informação. Como a internet possibilita que os conteúdos permaneçam acessíveis por um período de tempo indeterminado, o consumo desse mesmo conteúdo pode acontecer, muitas vezes, distante das condições factuais da época em que fora criado (Boyd, 2010,

p. 49). A ausência de contexto tem sido interpretada como elemento-chave para o favorecimento da criação de boatos ou das teorias da conspiração (Wardle; Derakhshan, p. 51).

O terceiro problema decorre do segundo: “a ameaça à noção de autenticidade dos materiais em circulação na rede, proveniente da propriedade de replicabilidade” (Colombo, 2018, p. 43). A possibilidade de que a informação originalmente criada possa ser adulterada, independentemente da motivação – que pode variar desde razões estéticas ou funcionais até propósitos políticos. Num cenário já afetado por uma perda de contexto para a interpretação do conteúdo, essa disfunção pode assumir contornos potencialmente perniciosos (Boyd, 2010, p. 53).

A última disfunção é o reforço dos próprios vieses. O fato de as redes sociais serem responsáveis por ecoar o conteúdo que “reforça ideais e opiniões pré-estabelecidas” daquela ‘tribo’, afastando a informação que diverge do modo de pensar daquele grupo (Colombo, 2018, p. 44).

Essa característica reforça as redes sociais como um ambiente em que o diálogo com a divergência se torna cada vez mais difícil – se não, impossível. Não há receptividade ao diferente, ao compartilhamento de ideias (Gromping, 2014, p. 40). Com a falta de exposição ao pensamento e a diferentes costumes, desaparece também a tolerância. E esse é o ponto crucial para o surgimento de verdadeiros movimentos extremistas, que muitas vezes migram para o mundo fenomênico.

Exemplos desse tipo de comportamento podem ser extraídos de eventos contemporâneos, que atentaram contra a democracia e as instituições. Investigações policiais em curso e a própria cobertura jornalística dão conta de que a invasão do Capitólio, em Washington, nos Estados Unidos, em 6 de janeiro de 2021; e a depredação das sedes dos três poderes em Brasília, em 8 de janeiro de 2023 são apontados como eventos que têm relação direta com o discurso inflamado das redes.

3 O JORNALISMO E A LIBERDADE DE EXPRESSÃO NA ERA DAS REDES

É possível afirmar com segurança, sem recorrer a fontes doutrinárias de relevo, que o livre desempenho da atividade de jornalista se traduz no fiel exercício do direito à manifestação do pensamento. Revoluções foram travadas ao longo da história moderna amparadas no objetivo de informar, opinar e disseminar o pensamento. Tanto que a liberdade de expressão foi um dos motes da Revolução Francesa: liberdade, igualdade e fraternidade.³

Jornalismo é uma atividade intelectual e criativa. Intelectual porque exige estudo contínuo da sociedade que se pretende “interpretar”; e criativa, pela formulação diária de novas formas de narrar o que acontece no mundo, de inovar no modo com o qual se contam as histórias – certo que esta novação criativa deve se dar sempre em relação ao modo, nunca sobre os fatos (Traquina, 2005, p. 22).

³ Da Declaração dos Direitos do Homem e do Cidadão de 1789. “Art. 11º. A livre comunicação das ideias e das opiniões é um dos mais preciosos direitos do homem. Todo cidadão pode, portanto, falar, escrever, imprimir livremente, respondendo, todavia, pelos abusos desta liberdade nos termos previstos na lei” (França, 1789).

Por isso, o jornalismo não se resume ao bom uso da técnica, ou ao domínio de linguagens, formatos e veículos discursivos. É na verdade profissão que exige o alinhamento do método com o intelecto. Esta busca criativa do jornalista em relação ao modo com o qual se contam histórias está intimamente vinculada ao exercício de liberdades sem as quais a democracia não pode ser imaginada. Faculdades que são essenciais para a “troca de ideias e opiniões” (Traquina, 2005, p. 23-24).

Se de um lado, a comunicação é o resultado das relações políticas; do outro, a própria ação política decorre da prática comunicativa (Amorim, 2019, p. 135). Do exercício dessas liberdades democráticas, derivam-se os direitos de informar e de ser informado. O primeiro, que se revela no direito de o jornalista livremente buscar as informações que julgue relevantes e, posteriormente, como dever de ofício, interpretá-las e transmiti-las à coletividade (Silva, 2005, p. 246); já o segundo consiste na faculdade de o cidadão buscar livremente a informação que deseja consumir (Nunes Junior, 2005, p. 133).

Na Constituição da República, há uma preocupação essencial com o direito fundamental à liberdade de expressão, tema que é objeto de diversos artigos do texto constitucional. O cuidado do legislador constituinte não acontece sem propósito. Decorre do contexto prévio à promulgação da Carta, de 21 anos de ditadura civil-militar, que não só suspendeu esta garantia, como torturou e matou quem se manifestava em sentido contrário aos propósitos do regime.

Do texto constitucional, extrai-se a garantia do acesso à informação, resguardado o sigilo da fonte (Art. 5º, XIV); e a proibição de que nenhuma lei contenha “dispositivo que possa constituir embaraço à plena liberdade de informação jornalística em qualquer veículo de comunicação social” (Art. 220, §1º). O exercício dessas liberdades, contudo, encontra um limite expresso na proibição do anonimato. Pela ótica da Lei Maior, toda manifestação decorrente do exercício dessas garantias deve ter autoria ou responsabilidade claramente identificada (Art. 5º, IV).

Mais uma vez, o cuidado do legislador constituinte não é infundado. A vedação ao anonimato está vinculada à garantia de uma eventual responsabilização, em caso de excesso, no exercício do direito. A dinâmica do texto constitucional revela que os direitos fundamentais não são absolutos, sequer ilimitados. São, em verdade, “necessariamente restringíveis, porque seu grau de aplicabilidade depende das condições fáticas e jurídicas” (Honório; Krol, 2007, p. 10), que são apresentadas pela própria realidade. Especialmente quando o mundo fático, externo ao texto constitucional, impõe desafios que também contribuem “para a limitação do conteúdo e do alcance dos direitos fundamentais” (Sarlet, 2005, p. 160).

Nesse sentido, o exercício da liberdade de expressão não pode causar dano à esfera de direitos individuais do cidadão; não pode ser contrário a outros direitos fundamentais constantes na Constituição, como o respeito à dignidade da pessoa humana; não pode servir a propósitos que tentam se opor ou destruir o Estado Democrático de Direito. E quando o excesso acontece, o responsável precisa poder ser identificado, processado, julgado e punido, por mandamento do próprio texto constitucional, que assegura “o direito de resposta, proporcional ao agravo, além da indenização por dano material, moral ou à imagem” (Art. 5º, V).

No âmbito das mídias tradicionais, tanto o jornalista quanto o editor e o veículo de comunicação podem ser identificados e responsabilizados em caso de excesso no

exercício da liberdade de expressão. A mesma lógica se aplica àqueles que, de forma dolosa, disseminam conteúdos que violam direitos fundamentais, coletivos ou difusos. Esse cenário, no entanto, se transforma radicalmente no contexto das redes sociais, nas quais o controle sobre a criação de perfis é praticamente inexistente. Qualquer indivíduo pode abrir uma conta anônima e difundir informações; ou ainda, assumir a identidade de pessoas fictícias para atuar nas principais plataformas digitais mencionadas neste trabalho.

Por meio de um perfil anônimo ou falso, um usuário pode criar e distribuir informação, independentemente de sua veracidade. E o mais curioso disso tudo é que as redes sociais não negam a existência dos perfis falsos. Exemplo disso é o movimento de compra do Twitter, pelo bilionário Elon Musk. Em março de 2022, o bilionário chegou a suspender o processo de compra da companhia, por suspeitar que o número de contas falsas poderia ser muito maior do que o divulgado: 5% dos 229 milhões de usuários ativos no mundo.

Somente essa cifra corresponderia a mais de 11 milhões de contas falsas na rede social (G1, 2022) – o mesmo número de habitantes do estado do Paraná, estimado pelo IBGE na última atualização do censo demográfico (IBGE, 2025). Na matemática do novo dono da rede social, porém, o número de contas falsas seria muito maior e corresponderia a 20% dos usuários ativos na plataforma. Nessa proporção, os perfis que não correspondiam a uma pessoa do mundo real saltariam dos 11 milhões, para cerca de 45 milhões – o mesmo número de habitantes do estado de São Paulo, o mais populoso do Brasil (IBGE, 2025).

O número de usuários ativos na plataforma é importante, pois agrega valor comercial à empresa, já que é muito comum a comercialização de ações pelas plataformas, no mercado de capitais. Uma caça às contas falsas poderia resultar em redução do valor da própria companhia. Por essa razão, o bilionário acusava a empresa de ser leniente em relação ao problema (CNN, 2022).

O argumento se tornava particularmente mais forte, quando a rede social teria ganho mais usuários do que o usual, a partir do anúncio da compra. Para a equipe de Musk, a suspeita era a de que o movimento tivesse acontecido de forma artificial, impulsionado por perfis robôs – os chamados *bots*. O imbróglio somente foi resolvido 6 meses depois, à bagatela de 44 bilhões de dólares. Até hoje não se sabe se as críticas do bilionário tinham fundamento, ou se consistiam em uma pressão para celebrar o negócio a um preço menor (G1, 2022). Após a concretização do negócio, a empresa fechou o capital e não publica mais as estatísticas sobre os usuários.

Outra rede social bastante popular, o Facebook, admite que cerca de 5% dos seus usuários são falsos. A plataforma tem cerca de 2,28 bilhões de contas ativas, sendo que 112 milhões delas são brasileiras. A plataforma permanece como a rede social com o maior número de usuários do país. Projetada a estimativa de 5% no número de contas falsas, o Facebook teria somente no Brasil cerca de 5,6 milhões de perfis falsos. Em todo o mundo, a cifra impressiona ainda mais: 114 milhões. Ou seja, cerca de 2 milhões a mais do que o total de perfis ativos brasileiros (Meta, 2025).

O indicador preocupa especialmente quando uma pesquisa aponta que 79% dos brasileiros afirmam ter recebido alguma notícia falsa pelas redes sociais relacionada às Eleições de 2022 (Lima, 2022) – o pleito elegeu, dentre outros, o presidente da

República e os governadores dos estados da federação. No mesmo ano, apenas 47% dos brasileiros disseram confiar na veracidade das notícias que consomem (Newman *et al.*, 2022, p. 117). Em 2025, o indicador o indicador caiu para 42% (Newman *et al.*, 2025, p. 123). A redução pode ser interpretada como uma tímida melhora no letramento do usuário que consome notícias na internet, que pode ter sido causada também pela permanência do conteúdo falso das redes.

A despeito do eventual questionamento quanto à metodologia acadêmica dos estudos mencionados, os números sugerem um alto poder destrutivo nas mãos dos perfis anônimos. É evidente que nem todas as contas falsas são utilizadas para fins perniciosos, como para realizar ofensas nas redes sociais ou divulgar notícias falsas. Fato é que todas elas se expressam de alguma forma na rede, mantendo o anonimato, o que, na letra da lei constitucional, seria ilegal. De todo modo, as contas falsas servem, manipuladas ou não por robôs, como instrumentos eficientes para a divulgação das *fake news*.

E nesse sentido, a combinação entre o elevado número de perfis falsos e a ampla circulação de desinformação demonstra que o ambiente digital brasileiro permanece particularmente vulnerável a ações coordenadas de manipulação. A presença de milhões de contas inautênticas cria um terreno fértil para a fabricação de narrativas que se reproduzem em alta velocidade e alcançam usuários que, mesmo desconfiados da veracidade do conteúdo, acabam expostos a um fluxo contínuo de informações distorcidas.

Esse cenário não apenas compromete a integridade do debate público, mas fragiliza a capacidade do cidadão de distinguir fatos de construções artificiais, prejudicando a formação da opinião e a própria ideia de deliberação democrática. A queda no índice de confiança das pessoas nas notícias revela outra dimensão desse problema: a erosão do pacto mínimo de credibilidade que sustenta qualquer comunidade democrática.

Quando o usuário se habitua a conviver com boatos, manipulações e conteúdos deliberadamente falsos, a percepção de que “tudo pode ser mentira” tende a se expandir e a contaminar inclusive as instituições legítimas – como a imprensa profissional, os órgãos públicos e as autoridades científicas. Esse enfraquecimento da confiança não apenas fragiliza o jornalismo, mas abre espaço para discursos extremistas, para a deslegitimação das instituições e para ataques diretos aos pilares do Estado Democrático de Direito.

O termo *fake news* se tornou popular no contexto das eleições norte-americanas de 2016, vencida por Donald Trump (Vitorino, 2020, p. 249). Tanto que foi escolhida como a palavra do ano, pelo Dicionário de Oxford. O vocábulo, disseminado a partir do contexto eleitoral, passou a ser objeto de conceituação e estudo da academia, no campo do Jornalismo, do Direito, mas também em áreas como a Ciência Política, as Ciências da Computação e a Psicologia (Colombo, 2018, p. 50).

Em linhas gerais, as *fake news* consistem em relatos que são fabricados de forma desconexa com a realidade, divulgados com o objetivo de enganar os usuários (Allcott; Gentzkow, 2017, p. 213). São artigos intencionalmente falsos, construídos com o propósito de induzir o leitor ao erro, por meio de uma falsa representação da realidade (Burshtein, 2017, p. 399). O gênero integra um espectro mais amplo de desordem informacional que pode assumir formas variadas, a depender da intenção do emissor de causar o dano

coletivo (Wardle, 2018).

O fenômeno mais pernicioso pode ser identificado por meio de duas características: a falta de autenticidade e a intenção de enganar (Bakir; Andrew, p. 155). Os criminalistas diriam que, para a caracterização desse tipo de prática, não bastaria a falsidade: exige-se também um elemento subjetivo equivalente ao dolo, entendido como a vontade consciente de produzir um resultado enganoso. A analogia é pertinente, pois o que distingue o erro jornalístico da *fake news* é justamente a intenção deliberada de manipular o destinatário – elemento recorrente nas definições acadêmicas de desinformação.

É fundamental destacar que o erro cometido por um jornalista não se enquadra no conceito de *fake news*. Como qualquer outro profissional, o jornalista pode ser induzido ao erro por uma fonte mentirosa ou, simplesmente, não dispor das informações necessárias à apuração completa dos fatos. “As reportagens erradas não envolvem uma intenção de enganar nem implicam a fabricação completa de uma história” (Burshtein, 2017, p. 400).

Diferentemente da notícia verdadeira, as *fake news* carregam um ou mais objetivos ocultos à intenção de enganar: destruição de reputações, prejudicar um adversário político ou, tão somente, alimentar o senso de desconfiança do leitor em relação à realidade, para que este fique mais suscetível à recepção de teorias conspiratórias no futuro – um agendamento de conteúdo mentiroso que faz o consumidor desconfiar cada vez mais da realidade.

Em qualquer desses propósitos, manter o anonimato é fundamental para o transgressor, pelo simples fato de tornar difícil a responsabilização. A intenção de enganar, que é uma das características das *fake news*, contraria o princípio basilar da legislação civil, que é o da boa fé objetiva. Para além disso, a mentira, no contexto das notícias falsas, tem o potencial de causar um enorme dano aos direitos fundamentais, sejam eles de natureza difusa ou coletiva.

Na lógica das redes sociais, o dano das *fake news* é potencializado. Com a arquitetura e os algoritmos privilegiando um ambiente altamente segmentado, esses grupos são inflamados com maior facilidade por conteúdos que julgam ser verdadeiros, mas que, na realidade, são histórias falsas, criadas para induzir à polarização. Assim, o resultado da interação acaba sendo uma versão mais radical do que aquela que as pessoas pensavam antes de conversarem umas com as outras (Sunstein, 2010, p. 58).

E nesse cenário não há como afastar a responsabilidade da plataforma. Se há uma facilidade para a criação de perfis anônimos ou falsos, isso somente ocorre por leniência da própria empresa, na ideia de que quanto maior o número de usuários, maior também é o valor de mercado da rede social. Do outro lado, porém, há um consumidor que cede os próprios dados, muitas vezes sem saber (Basan; Faleiros Júnior, 2020, p. 7); e que está em vulnerabilidade extrema (Verbicaro; Rodrigues; Ataídes, 2018). A responsabilização das corporações, nesse cenário, parece não apenas lícita, como necessária para a proteção dos direitos fundamentais e da própria democracia, dos resultados da matemática dos algoritmos.

4 CONCLUSÃO

Os dados e aportes teóricos reunidos ao longo deste artigo permitem afirmar que o ambiente das redes sociais digitais constitui um espaço privilegiado para a circulação

de desinformação, em especial das *fake news*, com efeitos diretos sobre a qualidade do debate público e sobre a estabilidade do regime democrático. A massificação do acesso à internet, a consolidação da Web 2.0, a lógica da “tribalização” e o funcionamento opaco dos algoritmos criaram um ecossistema informacional no qual o usuário é permanentemente exposto a conteúdos selecionados por critérios de engajamento, e não de veracidade. Nesse contexto, a combinação entre perfis inautênticos, arquiteturas voltadas à segmentação e ausência de curadoria profissional torna a desordem informacional uma característica estrutural da comunicação em rede – e não um efeito colateral meramente pontual.

Do ponto de vista jurídico-constitucional, a análise demonstrou que a liberdade de expressão, embora figure como direito fundamental estruturante da ordem democrática, não possui caráter absoluto. A vedação ao anonimato, a proteção da honra e da imagem, a garantia de resposta proporcional ao agravo e a própria defesa da ordem democrática funcionam como parâmetros normativos que condicionam o exercício dessa liberdade. A assimetria entre o jornalismo profissional, submetido a regras claras de responsabilidade, e os usuários anônimos ou identificados por perfis falsos, que muitas vezes escapam a qualquer forma de controle, revela um déficit de isonomia no tratamento conferido aos diferentes produtores de conteúdo e enfraquece os mecanismos de responsabilização.

Os elementos empíricos examinados reforçam a gravidade desse quadro, sobretudo diante da elevada incidência de perfis falsos em plataformas de grande porte e dos índices preocupantes de exposição a notícias falsas, combinados com a progressiva queda na confiança do público em relação às informações que consome. A presença de milhões de contas inautênticas, operadas por indivíduos ou por robôs, potencializa a produção e a difusão de narrativas deliberadamente enganosas, com efeitos que vão desde o abalo de reputações individuais até a deslegitimação de instituições democráticas inteiras.

A erosão da confiança na informação, por sua vez, corrói o pacto mínimo de credibilidade necessário para que o discurso público cumpra sua função de mediação entre sociedade e poder político. Diante desse cenário, o trabalho sustenta duas conclusões normativas centrais. A primeira diz respeito ao anonimato. Qualquer regulamentação das redes que se pretenda compatível com a Constituição deve enfrentar, de modo direto, a questão dos perfis anônimos e falsos. Se a proibição absoluta do anonimato digital não se mostrar politicamente viável, é necessário, ao menos, exigir das plataformas mecanismos eficazes de identificação dos responsáveis por publicações potencialmente lesivas, sob pena de transferência da responsabilidade pelos danos causados a autores não identificados. Não se mostra aceitável que o jornalismo profissional continue sujeito a um regime rígido de responsabilização enquanto as plataformas, que organizam e monetizam o fluxo informacional, permaneçam em situação de relativa imunidade.

A segunda conclusão refere-se à responsabilização civil das empresas de tecnologia. A análise evidenciou que o modelo de negócios das grandes plataformas se estrutura na coleta massiva de dados pessoais e na venda segmentada de publicidade, o que coloca o usuário em condição de vulnerabilidade acentuada. À luz do direito do consumidor e da proteção dos direitos fundamentais, não há como excluir essas empresas do âmbito de responsabilização pelos riscos que criam e exploram economicamente. A exigência de deveres de cuidado reforçados – que incluam transparência algorítmica

mínima, mecanismos de verificação de autenticidade de perfis e procedimentos céleres de remoção de conteúdos flagrantemente falsos e danosos – não constitui restrição ilegítima à liberdade de expressão, mas medida necessária para garanti-la em patamar minimamente informado.

Por fim, os resultados aqui apresentados sugerem alguns caminhos para pesquisas futuras. Estudos empíricos comparados poderiam avaliar o impacto de modelos regulatórios já em vigor em outras jurisdições, como a União Europeia, sobre a redução da circulação de notícias falsas e sobre o comportamento das plataformas. Investigações interdisciplinares também se mostram necessárias para aprofundar a compreensão das relações entre arquitetura algorítmica, anonimato, formação da opinião pública e vulnerabilidade de grupos específicos. Ao contribuir para a explicitação dessas questões e ao defender a necessidade de controle efetivo do anonimato e de responsabilização das plataformas, o presente artigo busca somar esforços à construção de um marco normativo que, longe de sufocar a liberdade de expressão, a fortaleça como condição para uma esfera pública plural, crítica e comprometida com a verdade possível em uma sociedade democrática.

REFERÊNCIAS

ALLCOTT, Hunt; GENTZKOW, Matthew. Social media and fake news in the 2016 election. **Journal of Economic Perspectives**, v. 31, n. 2, p. 211-236, 2017. Disponível em: <https://web.stanford.edu/~gentzkow/research/fakenews.pdf>. Acesso em: 10 dez. 2025.

AMARAL, Inês. **Redes sociais na internet: sociabilidades emergentes**. Covilhã: Labcom, 2016.

AMORIM, Ana Paola. Mídia, opinião pública e legitimidade democrática. **Cadernos da Escola do Legislativo**, [S. l.], v. 14, n. 22, p. 115–139, 2019. Disponível em: <https://cadernosdolegislativo.almg.gov.br/cadernos-ele/article/view/158>. Acesso em: 10 dez. 2025.

BAKIR, Vian; MCSTAY, Andrew. Fake news and the economy of emotions: problems, causes, solutions. **Digital Journalism**, v. 6, n. 2, p. 154–175, 2018. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/epdf/10.1080/21670811.2017.1345645?needAccess=true&role=button>. Acesso em: 10 dez. 2025.

BASAN, Arthur Pinheiro; FALEIROS JÚNIOR, José Luiz de Moura Faleiros. A proteção de dados pessoais e a concreção do direito ao sossego no mercado de consumo. **Civilistica.com**, Rio de Janeiro, v. 9, n. 3, 2020. Disponível em: <http://civilistica.com/a-protecao-de-dados-pessoais-e-a-concrecao/>. Acesso em: 10 dez. 2025.

BATTELLE, John; O'REILLY, Tim. **Web Squared**: Web 2.0 Five Years On. Web 2.0 Summit Special Report, San Francisco, set. 2009. Disponível em: https://www.kimchristen.com/wp-content/uploads/2015/07/web2009_websquared-whitepaper.pdf. Acesso em: 10 dez. 2025.

BAUMAN, Zygmunt. **Globalização: as consequências humanas**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1999.

BOYD, Danah. Social network sites as networked publics: affordances, dynamics, and implications. *In*: PAPACHARISSI, Zizi (org.). **Networked self: identity, community, and culture on social network sites**. Abington: Routledge, 2010.

BURSHTEIN, Sheldon. The true story on fake news. **Intellectual Property Journal**, v. 19, p. 397-447, maio 2017.

CASTELLS, Manuel. A sociedade em rede: do conhecimento à política. *In*: CASTELLS, Manuel; CARDOSO, Gustavo (org.). **A sociedade em rede: do conhecimento à ação política**. Brasília: Imprensa Nacional, 2006.

CERQUEIRA, Girlene Ferreira; OLIVEIRA, Nirlene Aparecida de. Proteção de dados: perigos em tempos de ciberguerra. **Revista Brasileira de Direito Social**, [S. l.], v. 4, n. 3, p. 70–83, 2022. Disponível em: <https://rbds.emnuvens.com.br/rbds/article/view/158>. Acesso em: 10 dez. 2025.

COLOMBO, Renan. **Desinformação e mitologia política: a presença de mitos em boatos desmentidos nas eleições presidenciais brasileiras de 2018**. 2021. 193 f. Tese (Doutorado em Comunicação) – Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2021.

CONTAS falsas e spam: entenda o problema que fez Elon Musk suspender temporariamente a compra do Twitter. **G1**, Rio de Janeiro, 13 maio 2022. Disponível em: <https://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2022/05/13/contas-falsas-e-spam-entenda-o-problema-que-fez-elon-musk-suspender-temporariamente-a-compra-do-twitter.ghtml>. Acesso em: 10 dez. 2025.

FACEBOOK users, stats, data & trends for 2025. **Meta, Palo Alto**, jan. 2025. Disponível em: <https://datareportal.com/essential-facebook-stats>. Acesso em: 10 dez. 2025.

ELLISON, Nicole; BOYD, Danah. Sociality through social network sites. *In*: DUTTON, William (org.). **The Oxford handbook of internet studies**. Oxford: Oxford University Press, 2013.

ELON Musk e Twitter: a cronologia da primeira negociação até a compra da rede social. **G1**, Rio de Janeiro, 28 out. 2022. Disponível em: <https://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2022/10/28/elon-musk-e-twitter-a-cronologia-da-primeira-negociacao-ate-a-compra-da-rede-social.ghtml>. Acesso em: 10 dez. 2025.

GILLESPIE, Tarleton. A relevância dos algoritmos. *§ Parágrafo*, São Paulo, v. 6, n. 1, p. 95–121, jan./abr. 2018. Disponível em: <https://revistaseletronicas.fiamfaam.br/index.php/recicofi/article/view/722/563>. Acesso em: 10 dez. 2025.

GROMPING, Max. Echo chambers: partisan Facebook groups during the 2014 Thai election. *Asia Pacific Media Educator*, v. 24, p. 39–59, 2014. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1326365X14539185>. Acesso em: 10 dez. 2025.

HONÓRIO, Cláudia; KROL, Heloísa. Jurisdição constitucional, democracia e liberdade de expressão: análise do Caso Ellwanger. *Revista Direitos Fundamentais & Democracia, Curitiba*, v. 1, 2007. Disponível em: <https://revistaeletronicardfd.unibrasil.com.br/index.php/rdfd/article/view/109>. Acesso em: 10 dez. 2025.

HORNIK, David. Social Networks 3.0. *VentureBlog*, Palo Alto, 12 abr. 2005. Disponível em: <https://www.ventureblog.com/2005/12/social-networks-30.html>. Acesso em: 10 dez. 2025.

IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. *Cidades e estados: Paraná*. Rio de Janeiro: IBGE, 2025. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/pr.html>. Acesso em: 10 dez. 2025.

IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. *Cidades e Estados: São Paulo*. Rio de Janeiro: IBGE, 2025. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/sp.html>. Acesso em: 10 dez. 2025.

ITO, Mizuko. Introduction. In: VARNELIS, Kazys (org.). *Networked publics*. Cambridge: MIT Press, 2008.

LIMA, Kaique. Eleições 2022 | Quase 80% dos brasileiros receberam fake news em redes sociais. *Byte*, São Paulo, 8 out. 2022. Disponível em: <https://www.terra.com.br/byte/eleicoes-2022-quase-80-dos-brasileiros-recebeu-fake-news-pelas-redes-sociais,fd94bce3b40eeb83e9a629c3744e79cde7i59o1m.html>. Acesso em: 10 dez. 2025.

MAFFESOLI, Michel. **O tempo das tribos: o declínio do individualismo nas sociedades de massa**. 2. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1998.

MUSK afirma que contas falsas correspondem a 20% dos usuários do Twitter. *CNN Brasil*, São Paulo, 17 maio 2022. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/business/musk-afirma-que-contas-falsas-correspondem-a-20-dos-usuarios-do-twitter/>. Acesso em: 10 dez. 2025.

NEWMAN, Nic *et al.* **Reuters Institute Digital News Report 2022**. Reuters Institute for the Study of Journalism, Oxford, 2022. Disponível em: https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2022-06/Digital_News-Report_2022.pdf. Acesso em: 10 dez. 2025.

NEWMAN, Nic *et al.* **Reuters Institute Digital News Report 2025**. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism, 2025. Disponível em: https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2025-06/Digital_News-Report_2025.pdf. Acesso em: 10 dez. 2025.

NUNES JUNIOR, Vidal Serrano. **Curso de direito constitucional**. São Paulo: Verbatim, 2005.

SANTAELLA, Lucia; LEMOS, Renata. **Redes sociais na internet: a cognição conectiva do Twitter**. São Paulo: Paulus, 2010.

SARLET, Ingo Wolfgang. **A eficácia dos direitos fundamentais**. 5. ed. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2005.

SILVA, José Afonso da. **Curso de direito constitucional positivo**. 34. ed. São Paulo: Malheiros, 2005.

SUNSTEIN, Cass Robert. **A verdade sobre os boatos: como se espalham e por que acreditamos neles**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

TELEFÔNICA anuncia conexão ADSL. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 17 nov. 1999. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/informat/fr1711199918.htm>. Acesso em: 10 dez. 2025.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo: porque as notícias são como são**. 2. ed. Florianópolis: Insular, 2005.

VERBICARO, Dennis; RODRIGUES, Lays; ATAÍDES, Camille. Desvendando a vulnerabilidade comportamental do consumidor: uma análise jurídico-psicológica do assédio de consumo. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo, v. 119, set./out. 2018.

VITORINO, Maíra Moraes; RENAULT, David. A irrupção da fake news no Brasil: uma cartografia da expressão. **Comunicação & Sociedade**, São Bernardo do Campo, v. 42, n. 1, p. 229–259, jan./abr. 2020. Disponível em: <https://www.metodista.br/revistas/revistas-ims/index.php/CSO/article/view/9398/7299>. Acesso em: 10 dez. 2025.

WARDLE, Claire; DERAKHSHAN, Hossein. Reflexão sobre a “desordem da informação”: formatos da informação incorreta, desinformação e má-informação. *In*: IRETTON, Cherilyn; POSETTI, Julie (org.). **Jornalismo, fake news & desinformação: manual para educação e treinamento em jornalismo**. Brasília: Unesco no Brasil, 2019.

WARDLE, Claire. **Information disorder: the essential glossary**. Harvard Kennedy School, jul. 2018. Disponível em: https://firstdraftnews.org/wp-content/uploads/2018/07/infoDisorder_glossary.pdf. Acesso em: 10 dez. 2025.

ZUBOFF, Shoshana. Big other: surveillance capitalism and the prospects of an information civilization. **Journal of Information Technology**, v. 30, p. 75–89, 2015. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1057/jit.2015.5>. Acesso em: 10 dez. 2025.

Histórico

Recebido em: 04 jun. 2025. **Aprovado em:** 12 dez. 2026. **Publicado em:** 06 abr. 2025.