XIII ENCONTRO INTERNACIONAL DO CONPEDI URUGUAI – MONTEVIDÉU

TEORIAS DA DEMOCRACIA, DIREITOS POLITICOS, MOVIMENTOS SOCIAIS E FILOSOFIA DO ESTADO

JOSÉ FILOMENO DE MORAES FILHO

YURI NATHAN DA COSTA LANNES

Copyright © 2024 Conselho Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Direito

Todos os direitos reservados e protegidos. Nenhuma parte destes anais poderá ser reproduzida ou transmitida sejam quais forem os meios empregados sem prévia autorização dos editores.

Diretoria – CONPEDI
Presidente - Profa. Dra. Samyra Haydêe Dal Farra Naspolini - FMU – São Paulo
Diretor Executivo - Prof. Dr. Orides Mezzaroba - UFSC – Santa Catarina
Vice-presidente Norte - Prof. Dr. Jean Carlos Dias - Cesupa – Pará
Vice-presidente Centro-Oeste - Prof. Dr. José Querino Tavares Neto - UFG – Goiás
Vice-presidente Sul - Prof. Dr. Leonel Severo Rocha - Unisinos – Rio Grande do Sul
Vice-presidente Sudeste - Profa. Dra. Rosângela Lunardelli Cavallazzi - UFRJ/PUCRio – Rio de Janeiro
Vice-presidente Nordeste - Prof. Dr. Raymundo Juliano Feitosa - UNICAP - Pernambuco

Representante Discente: Prof. Dr. Abner da Silva Jaques - UPM/UNIGRAN - Mato Grosso do Sul

Conselho Fiscal:
Prof. Dr. José Filomeno de Moraes Filho - UFMA - Maranhão
Prof. Dr. Caio Augusto Souza Lara - SKEMA/ESDHC/UFMG - Minas Gerais
Prof. Dr. Valter Moura do Carmo - UFERSA - Rio Grande do Norte
Prof. Dr. Fernando Passos – UNIARA - São Paulo
Prof. Dr. Edinilson Donisete Machado - UNIVEM/UENP - São Paulo
Secretarias
Relações Institucionais:
Prof. Dra. Claudia Maria Barbosa - PUCPR - Paraná
Prof. Dr. Heron José de Santana Gordilho - UFBA - Bahia
Profa. Dra. Daniela Marques de Moraes - UNB - Distrito Federal
Comunicação:
Prof. Dr. Robison Tramontina - UNOESC - Santa Catarina
Prof. Dr. Liton Lanes Pilau Sobrinho - UPF/Univali - Rio Grande do Sul
Prof. Dr. Lucas Gonçalves da Silva - UFS - Sergipe
Relações Internacionais para o Continente Americano:
Prof. Dr. Jerônimo Siqueira Tybusch - UFSM - Rio Grande do Sul
Prof. Dr. Paulo Roberto Barbosa Ramos - UFMA - Maranhão
Prof. Dr. Felipe Chiarello de Souza Pinto - UPM – São Paulo
Relações Internacionais para os demais Continentes:
Profa. Dra. Gina Vidal Marcilio Pompeu - UNIFOR - Ceará
Profa. Dra. Sandra Regina Martini - UNIRITTER / UFRGS - Rio Grande do Sul
Profa. Dra. Maria Claudia da Silva Antunes de Souza - UNIVALI – Santa Catarina
Eventos:
Prof. Dr. Yuri Nathan da Costa Lannes - FDF - São Paulo
Profa. Dra. Norma Sueli Padilha - UFSC - Santa Catarina
Prof. Dr. Juraci Mourão Lopes Filho - UNICHRISTUS - Ceará

Membro Nato – Presidência anterior Prof. Dr. Raymundo Juliano Feitosa – UNICAP – Pernambuco

T314
TEORIAS DA DEMOCRACIA, DIREITOS POLITICOS, MOVIMENTOS SOCIAIS E FILOSOFIA DO ESTADO [Recurso eletrônico on-line] organização CONPEDI
Coordenadores: José Filomeno de Moraes Filho, Yuri Nathan da Costa Lannes – Florianópolis: CONPEDI, 2024.
Inclui bibliografia
ISBN: 978-85-5505-991-9
Modo de acesso: www.conpedi.org.br em publicações
Tema: ESTADO DE DERECHO, INVESTIGACIÓN JURÍDICA E INNOVACIÓN
1. Direito – Estudo e ensino (Pós-graduação) – 2. Teorias da democracia. 3. Direitos políticos. XIII ENCONTRO INTERNACIONAL DO CONPEDI URUGUAI – MONTEVIDÉU (2: 2024 : Florianópolis, Brasil).
CDU: 34



Conselho Nacional de Pesquisa
e Pós-Graduação em Direito Florianópolis
Santa Catarina – Brasil
www.conpedi.org.br

XIII ENCONTRO INTERNACIONAL DO CONPEDI URUGUAI – MONTEVIDÉU

TEORIAS DA DEMOCRACIA, DIREITOS POLITICOS, MOVIMENTOS SOCIAIS E FILOSOFIA DO ESTADO

Apresentação

O XIII ENCONTRO INTERNACIONAL DO CONPEDI URUGUAI – MONTEVIDÉU, realizado na Universidad de La República Uruguay, entre os dias 18 a 20 de setembro de 2024, apresentou como temática central “Estado de Derecho, Investigación Jurídica e Innovación”. Esta questão suscitou intensos debates desde o início e, no decorrer do evento, com a apresentação dos trabalhos previamente selecionados, fóruns e painéis que ocorreram na cidade de Montevidéu-Uruguai.

Os trabalhos contidos nesta publicação foram apresentados como artigos no Grupo de Trabalho “TEORIAS DA DEMOCRACIA, DIREITOS POLITICOS, MOVIMENTOS SOCIAIS E FILOSOFIA DO ESTADO I”, realizado no dia 19 de setembro de 2024, que passaram previamente por no mínimo dupla avaliação cega por pares. Encontram-se os resultados de pesquisas desenvolvidas em diversos Programas de Pós-Graduação em Direito, que retratam parcela relevante dos estudos que têm sido produzidos na temática central do Grupo de Trabalho.

As temáticas abordadas decorrem de intensas e numerosas discussões que acontecem, com temas que reforçam a diversidade cultural e as preocupações que abrangem problemas relevantes e interessantes, a exemplo da participação de mulheres na vida pública, democracia na América Latina, movimentos sociais e processo eleitoral, bem como a discussão a respeito do constitucionalismo Latino-Americano.

Espera-se, então, que o leitor possa vivenciar parcela destas discussões por meio da leitura dos textos. Agradecemos a todos os pesquisadores, colaboradores e pessoas envolvidas nos debates e organização do evento pela sua inestimável contribuição e desejamos uma proveitosa leitura!

José Filomeno de Moraes Filho

Yuri Nathan da Costa Lannes - Faculdade de Direito de Franca

O MODELO DE NEGÓCIOS DAS FAKE NEWS: UM ESTUDO SOBRE AS MOTIVAÇÕES FINANCEIRAS DA DESINFORMAÇÃO POLÍTICA

THE FAKE NEWS BUSINESS MODEL: A STUDY ON THE FINANCIAL MOTIVATIONS OF POLITICAL DISINFORMATION

Ana Flávia Costa Eccard
Salesiano Durigon
Jordana Aparecida Teza

Resumo

O atual artigo tem como concentração a temática da fake news e as motivações financeiras de sua proliferação. Chamar de "modelo de negócios" refere-se ao entendimento de que as fake news são estruturadas de maneira a gerar receita de forma sistemática e contínua. Assim como qualquer negócio legítimo, há estratégias bem definidas para atrair e manter clientes (neste caso, leitores ou espectadores), maximizar a receita e expandir o alcance. A pesquisa investiga como as fake news não são apenas um fenômeno de desinformação, mas também um empreendimento lucrativo que prospera na era digital que impacta o processo democrático. O principal objetivo da pesquisa é investigar as motivações financeiras por trás das fake news. Especificamente, a pesquisa se concentra em: identificar os principais mecanismos e estratégias de monetização das fake news; analisar o impacto econômico das fake news no jornalismo tradicional e na sociedade e avaliar a eficácia das medidas existentes para combater a monetização das fake news. A pesquisa se justifica pela necessidade urgente de mitigar os efeitos prejudiciais das fake news, que vão desde a erosão da confiança nas instituições até a radicalização política e a violência. Compreender as motivações financeiras para desenvolver estratégias eficazes para combater a desinformação e fortalecer os processos democráticos. A metodologia adotada é exploratória e se baseia em revisão de literatura, tem-se levantamento bibliográfico em bases indexadas, abordagens qualitativas e quantitativas. E estudos de caso breve para ilustrar a investigação sobre a monetização e impacto das fake news.

Palavras-chave: Fake news, Monetização, Lucratividade, Rede digital, Desinformação

Abstract/Resumen/Résumé

The current article focuses on the theme of fake news and the financial motivations behind its proliferation. Calling it a "business model" refers to the understanding that fake news is structured to generate revenue systematically and continuously. Like any legitimate business, there are well-defined strategies to attract and retain customers (in this case, readers or viewers), maximize revenue, and expand reach. These strategies include the use of clickbait techniques, the sale of advertising space, and commercial partnerships, all designed to economically exploit public engagement with sensationalist and often false content. The

study aims to understand the financial motivations behind the creation and dissemination of fake news, exploring how this information is monetized and the economic impact of this practice on the media ecosystem. The main objective of the research is to investigate the financial motivations behind fake news. Specifically, the research focuses on identifying the main mechanisms and strategies for monetizing fake news; analyzing the economic impact of fake news on traditional journalism and society; and evaluating the effectiveness of existing measures to combat the monetization of fake news. The research is justified by the urgent need to mitigate the harmful effects of fake news, ranging from the erosion of trust in institutions to political radicalization and violence. The adopted methodology is exploratory and is based on a literature review, involving a bibliographic survey in indexed databases, qualitative and quantitative approaches. Brief case studies are also conducted to illustrate the investigation into the monetization and impact of fake news.

Keywords/Palabras-claves/Mots-clés: Fake news, Monetization, Profitability, Digital network, Disinformation

Introdução

A utilização da tecnologia revolucionou as formas de sociabilizar, criando uma sociedade de rede altamente interconectada. Com o advento da internet e das plataformas de mídia social, as interações humanas passaram por transformações significativas. Agora, as relações sociais transcendem as barreiras geográficas e temporais, permitindo uma comunicação instantânea e global.

Essa nova dinâmica, caracterizada pela hiperconexão, oferece inúmeras oportunidades para a troca de informações e o engajamento social, mas também apresenta desafios complexos, como a disseminação de fake news e a superficialidade nas interações.

As últimas décadas foram marcadas por muitas transformações, entre elas tivemos uma modificação na forma de sociabilizar, a questão agora não era mais se as tecnologias aproximavam ou não. A questão é sobre a qualidade das relações em plataformas digitais que oferecem a hiperconexão, mas não oferecem profundidade. A quantidade de conexões acaba por trazer outros paradigmas relacionais, entre eles está a discussão sobre aparência e essência. Isto é, há um abalo na significação da verdade, nem tudo que parece é.

Diante das muitas indagações que surgem em um mundo cada vez mais digitalizado e interconectado, resta claro que a informação se tornou a moeda mais valiosa. E, nesse cenário, as fake news emergem distorcendo a realidade, manipulando opiniões e semeando polarizações. Mas, por trás dessa avalanche de desinformação, existe um modelo de negócios lucrativo e sofisticado que explora as fraquezas da sociedade hiperconectada.

Neste artigo, adentraremos nos meandros do mercado das fake news, desvendando as motivações financeiras que impulsionam essa indústria da mentira. Assim, com a transformação digital, impulsionada pela tecnologia, hiperconexão e redes sociais, criou um terreno fértil para a proliferação de notícias falsas. Explorar-se-a as diversas estratégias utilizadas pelos disseminadores de fake news para monetizar suas mentiras, desde a venda de anúncios até a disseminação de propaganda política.

Ao longo desta jornada, busca-se investigar os principais atores envolvidos nesse esquema, desde os criadores de conteúdo até as plataformas que amplificam suas vozes.

Abordar-se a também o impacto das fake news na sociedade, desde a erosão da confiança nas instituições até a radicalização política e a violência.

O estudo busca compreender as formas possíveis de combate a desinformação e para isso é fundamental investigar as motivações que alimentam a indústria das fake news. Somente com esse conhecimento poder-se-a desenvolver soluções eficazes para a proteção da sociedade a firm de fortalecer um processo democrático de conhecimento dos fatos.

Destarte, a pesquisa busca discutir a proliferação de fake news e seu impacto na sociedade hiperconectada. Especificamente, foca nas motivações financeiras que impulsionam a criação e disseminação de notícias falsas.

O objetivo principal desta pesquisa é investigar as motivações financeiras por trás das fake news, explorando como essas informações são monetizadas e o impacto econômico dessa prática no ecossistema midiático. Para alcançar este objetivo, a pesquisa se concentrará em: a) identificar os principais mecanismos e estratégias de monetização das fake news; b) analisar o impacto econômico das fake news no jornalismo tradicional e na sociedade e c) avaliar a eficácia das medidas existentes para combater a monetização das fake news.

No que tange a metodologia de pesquisa esta se baseará em uma revisão da literatura, conforme o método exploratório, significa dizer que há um levantamento bibliográfico em bases indexadas através dos descritores de pesquisa. Assim, o problema de pesquisa se desenha ao verificar que o fenômeno das fake news não se limita à simples disseminação de informações falsas, mas representa também um empreendimento altamente lucrativo que prospera na era digital. Este estudo busca investigar as motivações financeiras por trás da criação e disseminação de fake news, explorando como essas informações são monetizadas e o impacto econômico dessa prática no ecossistema midiático.

O entendimento dessas questões auxiliam a compreensão do macrocosmo das redes digitais que tem suas consequências diretas no processo democrático (Eccard, 2021), assim o esclarecimento advindo da pesquisa auxilia o desenvolvimento de estratégias eficazes para combater a desinformação, promover um ambiente informativo mais saudável e verídico, que por sua vez vão fortalecer os processos democráticos. A pesquisa se justifica pela necessidade urgente de mitigar os efeitos prejudiciais das fake news, que vão desde a erosão da confiança nas instituições até a radicalização política e a violência.

O presente estudo se propõe a analisar um fenômeno contemporâneo da disseminação de notícias falsas com fins lucrativos. A escolha da metodologia está fundamentada em abordagens qualitativas e quantitativas para garantir uma compreensão abrangente e detalhada do problema. Segundo Mezzaroba e Monteiro (2019), a metodologia de pesquisa jurídica deve ser rigorosa e sistemática, visando garantir a validade e a confiabilidade dos resultados obtidos.

Desenvolvimento

O conceito de notícias falsas, se caracteriza por informações intencionalmente falsas, representam uma ameaça significativa à integridade da informação e do discurso público (Srikanth, 2024) . Nesse sentido há uma intencionalidade na elaboração e propagação dessas inverdades, se apresentando como perigosas à esfera pública em uma sociedade que busca um patamar seguro de exercício da democracia. É uma preocupação devido à sua ampla disseminação em plataformas de redes sociais e meios de comunicação online. Tem-se que:

> As notícias falsas são caracterizadas pela deturpação deliberada de informações ou pela deturpação como notícias reais e representam uma ameaça à integridade da informação e do discurso público (Berrondo-Otermin, 2023)

A citação supra destaca a gravidade e o impacto das fake news na sociedade atual. A deturpação deliberada de informações ou sua apresentação como notícias verdadeiras minam a confiança do público nas fontes de informação, corroendo a base do discurso público informado e racional.

Resta claro que esse fenômeno distorce a percepção da realidade, além de fomentar a polarização e o conflito, comprometendo a coesão social e a eficácia das instituições democráticas. Ao subverter a integridade da informação, as fake news desafiam os princípios fundamentais de transparência e veracidade que sustentam a comunicação pública e a governança democrática.

> há uma apropriação do formato utilizado no jornalismo, as fakes news têm o propósito de gerar nos leitores a crença necessária para que sua difusão propague e atinja mais leitores e que aparenta se tratar de uma notícia verdadeira, inclusive há questões neurolinguísticas envolvidas. (...) a intenção de enganar um ponto crucial para caracterizar as fakes news, pois não se restringe a “uma informação pela metade ou mal apurada, mas de uma informação falsa intencionalmente divulgada, para atingir interesses de indivíduos ou grupos” tais aspectos vão formatando um método específico.

> (...) apresenta outra característica presente nas fakes news é seu aspecto noticioso que possibilita provocar credibilidade,pois confunde o leitor com uma notícia jornalística séria,trazendo conexão com crenças interna que são comuns na construção do ser humano (Borba da Silva, Eccard e Durigon, 2024).

A citação supra infere-se a uma a engenharia das fake news. Através de uma análise perspicaz do jornalismo como disfarce, os autores apresentam a arquitetura da mentira, seus mecanismos de manipulação e, acima de tudo, suge a indagação o que seria a força motriz por trás dessa indústria, acredita-se ser a lucratividade.

As fake news se apropriam da forma jornalística, atraves de títulos chamativos, manchetes impactantes e textos que simulam a seriedade profissional são artifícios utilizados para fisgar a atenção do leitor e criar a falsa sensação de veracidade. Afinal, em um mundo de emergências, hiperconexão, com apelo emocional, quem resiste à promessa de uma notícia quente ou polêmica?

Mas a artimanha vai além da mera aparência. As fake news exploram as nuances da neurolinguística para tecer suas teias de manipulação. Gatilhos emocionais, linguagem persuasiva e a exploração de crenças preexistentes no público são ferramentas poderosas para influenciar o comportamento e as decisões dos indivíduos.

No entanto, a citação acerta ao destacar que a fake news não se limita a um erro ou descuido. Há uma intenção por trás da disseminação de informações falsas. O objetivo é claro: enganar para alcançar fins específicos, seja para influenciar a opinião pública, manipular o mercado ou simplesmente causar discórdia e caos. (Damasceno, 2019)

Para alcançar seus objetivos, as fake news operam de acordo com um método específico, meticulosamente planejado e executado. A escolha da plataforma, o horário de publicação, o uso de imagens e vídeos manipulados, a linguagem cuidadosamente elaborada - tudo faz parte de uma estratégia complexa para maximizar o impacto da mentira (Borba da Silva et al, 2024).

Um dos aspectos mais perigosos das fake news reside em sua aparência noticiosa. Ao se disfarçar de jornalismo sério, elas se infiltram na mente do leitor, confundindo-o e abusando de sua confiança. Essa artimanha é especialmente eficaz em um mundo saturado de informações, onde a busca por notícias rápidas e instantâneas muitas vezes leva à negligência da checagem dos fatos.

Assim, as fake news também exploram as conexões internas que moldam a construção do ser humano. Medos, preconceitos e crenças pré-existentes são habilmente

explorados para alimentar narrativas falsas e manipular emoções. Essa tática é especialmente perigosa em um ambiente social polarizado, onde a busca por informações que confirmem visões preexistentes muitas vezes leva à cegueira para a verdade (Idem).

Mas, por trás de toda essa engenharia da mentira, reside um motor poderoso: a lucratividade. As fake news se tornaram um negócio lucrativo, gerando renda através de diversos mecanismos, como a venda de anúncios, a disseminação de propaganda política e a monetização de acessos em plataformas digitais.

As plataformas digitais desempenham um papel importantíssimo na propagação de fake news. A velocidade com que a informação se propaga online, a facilidade de compartilhamento e a dificuldade de rastrear a origem do conteúdo são fatores que contribuem para a proliferação da desinformação.

Em termos de histórico político, antes do advento da maior propagação da internet, outro meio incorporado era o telefone, usado para a realização de campanhas e pesquisas. Desse modo, pode-se notar que a Constituição de 1988 consiste em um marco fundamental para a organização da participação democrática na construção das políticas sociais.

Assim, no que tange a política em território nacional, observa-se que a democracia brasileira, após o período repressivo da ditadura, tem participação efetiva da sociedade civil em sua construção, não podendo ser concebida como um mero arranjo institucional. Diversas leis e estatutos que foram construídos e aprovados desde 1988 só foram possíveis com a participação ativa de diversos setores da sociedade civil.

A investigação sobre as relações sociais que se estabelecem nas redes sociais, compreende-se que com o advento das tecnologias globais, as relações foram modificadas e tais alterações podem fomentar outras consequências para o cidadão. O fluxo de informações nas redes sociais leva embates políticos que norteiam as tomadas de decisões até em termos eleitorais (Durigon, 2021).

Nos tempos atuais, é possível perceber que as redes sociais se tornaram um dos locais em que as pessoas optam em conviver socialmente. Diante de tal contexto, as informações privadas são compartilhadas instantaneamente. Nesse viés, cria-se um grande banco de dados cujas empresas especializadas em tecnologias da informação fazem uso deste nicho como uma proposta inovadora deste serviço.

Assim a deteção de notícias falsas tornou-se de alta importância, com vários estudos centrados na deteção precoce para intervir antes que se espalhem amplamente (Zhou et al., 2020). Como viu-se as notícias falsas podem manifestar-se de diferentes formas, incluindo

notícias falsas nos meios de comunicação tradicionais e notícias falsas nas redes sociais (Shen, 2023) .

Acrescenta-se ainda que seu impacto abrange vários domínios, como política, desastres e finanças, levando a ameaças no mundo real (Nan et al., 2021). Os esforços para combater notícias falsas envolvem a aplicação de técnicas de inteligência artificial, algoritmos de aprendizado de máquina e métodos de aprendizagem profunda (Al-Furaiji, 2024; Jeevan & Kanimozhi, 2022).

Importa destacar que estas tecnologias visam aumentar a precisão da deteção de notícias falsas, com alguns estudos a alcançarem uma taxa de precisão de até 99% na identificação de notícias falsas (Al-Furaiji, 2024) . Diferentes algoritmos de aprendizado de máquina, incluindo regressão logística e classificadores Bayes ingênuos, têm sido utilizados para melhorar a precisão da detecção de notícias falsas (Silva et al., 2021) .

Além disso, o uso de dados multimodais, como texto, imagem e contexto social, tem sido fundamental na detecção de notícias falsas entre domínios (Vo, 2023), ocorre que os desafios na detecção de notícias falsas residem na definição do que constituem notícias falsas e na abordagem da rápida propagação de desinformação através das redes sociais (Wet & Marivate, 2021; Khalil et al., 2022) .

Ocorre que o simples fato de se ter acesso à informação não significa que a mesma será verdadeira, checada e esclarecedora de um evento. A quantidade de likes e compartilhamentos que uma publicação pode obter nas redes sociais se tornou um parâmetro de sucesso e influência.

No entanto, este fenômeno não é apenas uma medida de popularidade, mas também um motor econômico significativo. As plataformas de mídia social utilizam algoritmos que promovem conteúdo com alta taxa de engajamento, independentemente da veracidade da informação. Isso cria um ambiente onde as fake news, muitas vezes sensacionalistas e provocativas, têm uma vantagem competitiva, pois são mais propensas a gerar reações emocionais fortes que resultam em maior engajamento. (Kim B, Xiong A, Lee D, Han K, 2021).

A monetização desse engajamento ocorre de várias maneiras. Os criadores de conteúdo podem receber pagamentos diretos através de programas de monetização oferecidos pelas plataformas de mídia social, como o YouTube e o Facebook, que pagam aos usuários uma parte da receita gerada por anúncios exibidos em seus vídeos ou páginas. Além disso,

websites que promovem fake news frequentemente utilizam técnicas de clickbait para atrair visitantes, gerando receita através de anúncios exibidos em suas páginas. Este modelo de negócios é amplamente dependente da capacidade de atrair e manter a atenção dos usuários, transformando o engajamento emocional em lucro financeiro.

Além disso, as plataformas de mídia social e os anunciantes beneficiam-se do grande volume de dados gerados pelos usuários. Informações sobre preferências, comportamento de navegação e interações são coletadas e vendidas a terceiros para fins de marketing e publicidade direcionada. Esse sistema não apenas incentiva a criação e disseminação de conteúdo viral (incluindo fake news), mas também perpetua um ciclo onde a desinformação pode ser altamente lucrativa.

Assim, a combinação da necessidade de engajamento, a estrutura de monetização das plataformas de mídia social e a proliferação de fake news cria um desafio complexo para reguladores e formuladores de políticas. É essencial desenvolver estratégias que possam mitigar os impactos negativos das fake news, promovendo ao mesmo tempo um ambiente informativo mais saudável e verídico. A implementação de políticas de verificação de fatos, a promoção da literacia digital e a responsabilização das plataformas de mídia social são passos críticos nessa direção.

Há, portanto, uma economia da desinformação, isto é, estratégias de monetização das fake news nas plataformas as fake news, como novos paradigmas digitais que infectam a sociedade da informação, não apenas corroem a verdade e a confiança pública, mas também se configuram como um lucrativo negócio na era das plataformas digitais. Compreender os mecanismos e as estratégias por trás da monetização da desinformação é crucial para combatê-la de forma eficaz.

Destaca-se, a publicidade online como uma forte financiadora deste tipo de informação. Um dos principais pilares da monetização das fake news reside na publicidade online. Plataformas digitais como Facebook, YouTube e Google Ads oferecem aos anunciantes a oportunidade de direcionar seus anúncios para públicos específicos com base em diversos critérios, incluindo interesses, comportamentos online e até mesmo inclinações políticas. (Kim B, Xiong A, Lee D, Han K, 2021).

Dessa maneira, explorando essa ferramenta, os disseminadores de fake news criam páginas e perfis com alto engajamento, disseminando conteúdo sensacionalista, polarizado e frequentemente falso. Ao atrair um público fiel e segmentado, essas páginas se tornam atrativas para anunciantes que buscam alcançar nichos específicos de mercado.

Outro destaque, deve ser na análise nas chamadas clickbait: isca para cliques, isca para lucro, isto é, caracterizado por títulos e manchetes enganosas que exploram a curiosidade e o sensacionalismo, é outra estratégia eficaz para monetizar fake news. Ao despertar a atenção do usuário e levá-lo a clicar em um link, os disseminadores de desinformação geram receita através da publicidade exibida em seus sites ou blogs.

O clickbait se torna ainda mais problemático quando combinado com conteúdo falso ou enganoso. O usuário, atraído pela promessa de uma informação reveladora ou polêmica, clica no link, apenas para ser confrontado com notícias fabricadas ou distorcidas. Enquanto isso, o disseminador de fake news lucra com a publicidade, perpetuando o ciclo de desinformação. (Aldwairi, M. e Alwahedi, A., 2018).

> As notícias falsas são rentabilizadas em plataformas digitais através da utilização de empresas de tecnologia de publicidade e de trocas de publicidade programática, o que pode ter impacto nas organizações noticiosas legítimas. (Braun, J. e Eklund, J., 2019).

Com a citação supra tem-se que a indústria das fake news se alimenta de um sistema complexo e lucrativo que envolve empresas de tecnologia de publicidade e trocas de publicidade programática. Desta maneira as empresas de tecnologia de publicidade, como Google Ads e Facebook Ads, fornecem aos anunciantes ferramentas para direcionar seus anúncios para públicos específicos com base em diversos critérios, incluindo interesses, comportamento online e até mesmo inclinações políticas.

Há ainda as trocas de publicidade programática, como DoubleClick e AppNexus, automatizam a compra e venda de anúncios em tempo real, permitindo que os anunciantes alcancem seus públicos-alvo de forma eficiente e econômica. Ocorre que, esse sistema também é explorado por disseminadores de fake news para gerar receita. Ao atrair um

público fiel e segmentado, essas páginas se tornam atrativas para anunciantes que buscam alcançar nichos específicos de mercado.

Assim, os disseminadores de fake news lucram com a venda de anúncios em seus sites e blogs, perpetuando a desinformação e prejudicando as organizações noticiosas legítimas. As fake news competem com as organizações noticiosas legítimas pela atenção dos anunciantes. Como as fake news frequentemente oferecem CPMs (custo por mil impressões) mais baixos, os anunciantes podem optar por direcionar seus investimentos para elas, privando as organizações noticiosas legítimas de uma importante fonte de receita.

Nesse ínterim ainda se tem o ensoamento da erosão da confiança, resta claro que com a proliferação de fake news a confiança do público nas notícias em geral fica abalada. Isso torna mais difícil para as organizações noticiosas legítimas atraírem e reterem leitores, o que pode levar a cortes de pessoal e até mesmo ao fechamento de empresas.

A dificuldade em combater a desinformação se apresenta como clara e evidente, as organizações noticiosas legítimas muitas vezes não têm os recursos ou a capacidade de combater a desinformação em larga escala. Isso torna mais difícil para elas corrigir o registro e garantir que o público tenha acesso a informações precisas e confiáveis. Assim, para combater esse problema, é necessário um esforço conjunto de governos, plataformas digitais, empresas de tecnologia de publicidade e da sociedade civil no esforço de regulação por exemplo.

No quesito de pensar medidas a serem tomadas pode-se vislumbrar a implementação medidas mais rigorosas para verificar a identidade e a autenticidade dos anunciantes e editores; o desenvolvimento de ferramentas para identificar e remover fake news das plataformas digitais; o importante investimento em educação midiática para ensinar as pessoas como identificar e avaliar informações online, como é o caso das campanhas da Onu (2024) e do governo federal com a Lei Nº 14.533, de 11 de janeiro de 2023, que instituiu a Política Nacional de Educação Digital, que trata de um conjunto de medidas que manifesta a articulação entre programas, projetos e ações de diferentes entes federados, áreas e setores governamentais, a fim de potencializar os padrões e incrementar os resultados das políticas públicas relacionadas ao acesso da população brasileira a recursos, ferramentas e práticas digitais, com prioridade para as populações mais vulneráveis. Que tem como eixos estruturantes:

> § 1º Integram a PNED, além daqueles mencionados no caput deste artigo, os programas, projetos e ações destinados à inovação e à tecnologia na educação que tenham apoio técnico ou financeiro do governo federal. § 2º A PNED apresenta os seguintes eixos estruturantes e objetivos: I - Inclusão Digital; II - Educação Digital Escolar; III - Capacitação e Especialização Digital; IV - Pesquisa e Desenvolvimento (P&D) em Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs).

Com a lei acima tem-se o reconhecimento do mundo cada vez mais digitalizado e interconectado, a educação assume um papel fundamental para a formação de cidadãos conscientes, críticos e responsáveis. Nesse contexto, a supra citada se configura como um marco histórico para a educação brasileira. Atenta-se para educação digital conforme o inciso II como um desenvolver da habilidade crítica da cultura digital.

A PNED reconhece a importância da educação digital como um processo complexo e multidimensional que deve permear todos os níveis de ensino e áreas do conhecimento. Seu objetivo principal é desenvolver as competências e habilidades necessárias para o uso crítico, seguro, criativo e responsável das tecnologias digitais por parte dos estudantes.

Assim, a relevância da Lei nº 14.533/2023 reside em diversos aspectos, como o reconhecimento da Era Digital, a lei reconhece que a sociedade contemporânea vive imersa em um ambiente digital, onde as tecnologias da informação e da comunicação (TICs) impactam todos os aspectos da vida, desde a comunicação até a economia e a política. Essa imersão exige a formação de indivíduos capazes de navegar nesse ambiente de forma crítica, segura e responsável. E esse é o ponto importante para o artigo em tela, a formação crítica do cidadão para não proliferação das fakes news e o fomentar dessa indústria.

Observa-se ainda a abordagem da lei, a PNED não se limita ao ensino de ferramentas tecnológicas, mas do que seria uma cultura digital, isto é, compreensão dos valores, princípios e normas que permeiam o mundo digital. Nesse seara tem-se ainda a cidadania digital, isto é, o exercício dos direitos e deveres na sociedade digital, incluindo a ética, a privacidade e a segurança online.

Insta salienta, que a lei incentiva a participação da sociedade civil na implementação da PNED, reconhecendo a importância da colaboração entre diferentes setores para o desenvolvimento de uma educação digital de qualidade. A PNED destaca a importância do combate à desinformação e à proliferação de fake news no ambiente digital. A lei incentiva o

desenvolvimento de ações educativas que promovam o pensamento crítico e a capacidade dos estudantes de identificar e questionar informações online.

E em se tratando de um país que possui diversas desigualdades sociais a a lei reconhece a necessidade de garantir o acesso universal à internet e às TICs para que todos os estudantes brasileiros possam ter acesso à educação digital. A lei prevê medidas para reduzir o déficit digital no país e garantir a inclusão de todos na sociedade da informação.

No que diz respeito aos principais atores envolvidos na criação de fake news incluem uma variedade de perfis, cada um com motivações financeiras específicas: tem-se: os indivíduos e Grupos com Fins Lucrativos; os empreendedores digitais, que são pessoas ou pequenos grupos que veem nas fake news uma oportunidade de ganhar dinheiro rapidamente. Utilizam estratégias de clickbait e conteúdo sensacionalista para atrair grandes volumes de tráfego para seus sites, gerando receita por meio de anúncios online. O alto engajamento nas redes sociais amplifica essa monetização, com plataformas como o Google AdSense pagando por cliques e visualizações de anúncios. (Joshua, 2019).

Os influenciadores e criadores de conteúdo, que por sua vez utilizam fake news para aumentar seu número de seguidores e engajamento. Maior engajamento significa mais oportunidades de parcerias comerciais e patrocínios, além de ganhos diretos de plataformas de vídeo, como o YouTube, que recompensam criadores com alto número de visualizações.

Os grupos políticos e ideológicos, que nas campanhas políticas utilizam fake news para influenciar a opinião pública e manipular resultados eleitorais. Durante as eleições, notícias falsas são usadas para denegrir oponentes ou exagerar as qualidades de um candidato. Esse tipo de desinformação é frequentemente financiado por doadores políticos que têm interesse em determinados resultados eleitorais.

Importa destacar, ainda que a proliferação de fake news impacta diretamente a receita e a sustentabilidade do jornalismo tradicional. As notícias falsas desviam o tráfego online de veículos de mídia convencionais para sites de desinformação, reduzindo a audiência e a receita publicitária dos meios de comunicação legítimos. Essa diminuição da receita é crítica, pois muitos veículos dependem de publicidade e assinaturas para manter suas operações. Além disso, a confiança do público nos veículos tradicionais é abalada quando são expostos a informações contraditórias, o que pode levar à diminuição de assinaturas e de receitas derivadas de leitores pagantes (TSE, 2022).

Para os consumidores, as fake news podem levar a decisões mal informadas, afetando comportamentos de consumo e escolhas políticas. A desinformação pode resultar em gastos desnecessários ou prejudiciais, impactando a economia pessoal dos indivíduos. No mercado publicitário, a presença de fake news distorce a eficácia das campanhas. Anunciantes que inadvertidamente colocam seus anúncios em sites de fake news podem sofrer danos à reputação e eficácia de suas campanhas, uma vez que o público pode associar suas marcas a conteúdos enganosos e duvidosos.

Em relação à regulamentação governamental que é uma importante ferramenta no combate a fake news o Brasil tem: o código Eleitoral Brasileiro, a Lei nº 4.737/1965 que proíbe expressamente a divulgação de fatos sabidamente inverídicos em relação a partidos políticos ou candidatos, impondo penas que variam de detenção de dois meses a um ano, ou pagamento de multas. Essas sanções são agravadas se o crime for cometido por meio de internet ou redes sociais.

Outra importante ferramenta é a Lei 13.834/2019, que por sua vez tipifica o crime de denunciação caluniosa com finalidade eleitoral, prevendo penas de dois a oito anos de prisão para aqueles que divulgarem notícias falsas contra candidatos durante as eleições. As inúmeras iniciativas do Tribunal Superior Eleitoral (TSE), como por ilustração a Resolução 23.671/2021 que estabelece que a divulgação ou compartilhamento de fatos sabidamente inverídicos ou gravemente descontextualizados é proibida durante a propaganda eleitoral. A resolução prevê punições para o uso indevido de meios de comunicação e disparos em massa de mensagens de texto sem consentimento prévio do destinatário, caracterizando abuso de poder econômico e propaganda irregular.

O Projeto de Lei 2.630/2020 (Lei das Fake News) que discorre sobre exigências para Redes Sociais, assim o PL 2.630/2020 propõe que redes sociais disponibilizem à Justiça Eleitoral todos os anúncios identificados como propaganda eleitoral, incluindo informações sobre valores gastos e responsáveis pela contratação. A lei também busca desencorajar o compartilhamento de conteúdos inautênticos e defende o fomento à diversidade de informações autênticas.

Embora essas medidas representem avanços significativos, a eficácia varia. As políticas de moderação de conteúdo das plataformas de mídia social reduziram a disseminação de fake news, mas muitas vezes são inconsistentes e não abordam

completamente o problema. Criadores de fake news frequentemente contornam essas medidas criando novos perfis ou utilizando plataformas menos regulamentadas.

Em sentido colaborativo as propostas de aprimoramento devem interligar a cooperação entre governos, plataformas de mídia social e organizações de verificação de fatos. Soma-se ainda a educação midiática com a finalidade de promover a literacia digital para que os consumidores possam identificar e evitar fake news. E por último, mas não menos importante, a transparência, é necessário que se exija maior transparência das plataformas de mídia social sobre suas políticas de moderação de conteúdo e os algoritmos utilizados.

Com ilustração de casos tem-se alguns exemplos, a saber, a pandemia de COVID-19, restou claro que durante a pandemia, um grande volume de fake news foi disseminado sobre tratamentos, vacinas e estatísticas de casos e mortes. No Brasil, a maioria dessas fake news foi espalhada via WhatsApp e Facebook, visando criar confusão e desconfiança na população. A desinformação frequentemente tinha motivações políticas, como desacreditar medidas de saúde pública promovidas por adversários políticos

Outro ponto de destaque foram as eleições Brasileiras de 2018, que por sua vez as fake news desempenharam um papel significativo[1] nas eleições presidenciais de 2018 no Brasil. Notícias falsas sobre candidatos e políticas foram amplamente divulgadas nas redes sociais, com o objetivo de influenciar o resultado das eleições. A desinformação foi disseminada tanto por indivíduos em busca de lucro quanto por campanhas políticas organizadas

Nan (2019) afirma que os criadores de fake news se beneficiam economicamente de várias maneiras são elas: receita publicitária, pelo autor, trata-se da principal fonte de receita é a publicidade online. Sites que publicam fake news atraem um grande número de visitantes, o que aumenta os ganhos com anúncios exibidos nas páginas.

[1]Gonçalves-Segundo, P. (2021) afirm a que "…as últimas eleições presidenciais nos Estados Unidos e no Brasil, bem como a recente pandemia de Covid-19 têm despertado cada vez mais atenção dos pesquisadores do mundo fora sobre o processo de produção, distribuição, consumo e interpretação de notícias falsas . (...) de forma a buscar compreender o que se diferenciam de expressões semelhantes, como boatos; o que as caracterizamos, considerando a diversidade de possibilidades de construção e de manipulação que vivenciamos cotidianamente; e quais são os seus efeitos, levando em consideração as dimensões econômicas, sociopolíticas, culturais - e , mais recentemente, até em termos de saúde pública.(...) compreender os fatores responsáveis pelo seu sucesso, considerando características culturais, sociais, políticas, econômicas, discursivas.…"

Acrescenta ainda os programas de monetização, isto é, plataformas como YouTube pagam aos criadores de conteúdo baseado no número de visualizações e engajamento. Fake news, que frequentemente se tornam virais, geram altos números de visualizações, aumentando a receita dos criadores.

E os patrocínios e parcerias, isto é, os influenciadores que ganham popularidade através de fake news podem obter patrocínios de marcas que desejam alcançar grandes audiências. Além disso, campanhas políticas e grupos ideológicos podem financiar criadores para produzir e disseminar desinformação alinhada com seus objetivos.

A criação e disseminação de fake news são movidas por diversas motivações financeiras e envolvem diferentes perfis de atores. Desde indivíduos que buscam lucro rápido até grupos políticos que desejam manipular a opinião pública, a desinformação se tornou uma prática lucrativa e amplamente disseminada. Para combater esse fenômeno, é essencial entender os mecanismos de monetização e os perfis dos criadores, desenvolvendo estratégias eficazes para mitigar seus impactos negativos na sociedade. (Delmazo, 2018)

Não se pode olvidar da força do engajamento algorítmico, isto é, os denominados algoritmos de recomendação que são plataformas como YouTube e Facebook utilizam algoritmos que recomendam continuamente vídeos e posts semelhantes aos usuários. Esse sistema mantém os usuários engajados por mais tempo na plataforma, aumentando a exposição a anúncios e, consequentemente, a receita gerada.

Outro ponto importante é a interação prolongada, quanto mais tempo os usuários passam na plataforma interagindo com conteúdo, maior a oportunidade de exposição a anúncios. Isso cria um ciclo onde os algoritmos priorizam conteúdo altamente envolvente, incluindo fake news, para maximizar o tempo de visualização e a receita publicitária. (Delmazo, 2018)

Outrossim, a monetização de fake news não apenas gera lucros significativos para os criadores de conteúdo e plataformas, mas também tem um impacto profundo na sociedade. A disseminação de desinformação pode influenciar processos políticos, criar divisões sociais e até mesmo afetar a saúde pública, como observado durante a pandemia de COVID-19.

Considerações finais

Nesse termos, retoma-se que as fake news são monetizadas por meio de várias estratégias, entre as quais destacam-se a publicidade online, o uso de clickbait e outras formas

de engajamento digital. Plataformas como Google AdSense permitem que criadores de conteúdo ganhem dinheiro com a exibição de anúncios em sites e vídeos, gerando receita cada vez que um usuário clica em um anúncio (Blotta, 2022).

Soma-se ainda, títulos sensacionalistas e imagens chamativas são utilizados para atrair cliques, aumentando o tráfego e, consequentemente, a receita publicitária. Há a exploração de publicidade online e clickbait, como viu-se. Isso aumenta o tráfego para sites de fake news, resultando em maior receita de anúncios. A publicidade online é maximizada por algoritmos que promovem conteúdos com altas taxas de engajamento, independentemente de sua veracidade. Este sistema não só mantém os usuários engajados por mais tempo, mas também maximiza a exposição a anúncios, transformando o engajamento emocional em lucro financeiro (Delmazo & Valente, 2018).

Ao indagar-se sobre quem são os principais atores envolvidos na criação de fake news e quais são suas motivações financeiras? Tem-se os perfis dos criadores de Fake News, isto é, os principais atores incluem empreendedores digitais, influenciadores, campanhas políticas e movimentos ideológicos. Empreendedores digitais e pequenos grupos veem nas fake news uma oportunidade de lucro rápido, utilizando técnicas de clickbait para gerar receita com anúncios. Influenciadores utilizam fake news para aumentar seguidores e engajamento, beneficiando-se de parcerias comerciais e programas de monetização oferecidos por plataformas de mídia social (Blotta, 2022).

Durante a pandemia de COVID-19, uma grande quantidade de fake news foi disseminada sobre tratamentos e vacinas, muitas vezes com motivações políticas. No Brasil, fake news sobre COVID-19 foram amplamente compartilhadas via WhatsApp e Facebook, destacando a influência econômica e política dessas práticas (TSE, 2022).

Sobre o questionamento que diz respeito ao impacto econômico das fake news no jornalismo tradicional e na sociedade como um todo? Tem -se que com a proliferação de fake news reduz a receita e a sustentabilidade do jornalismo tradicional ao desviar tráfego e publicidade. A desconfiança gerada pela exposição a informações conflitantes reduz a audiência e as assinaturas pagas, essenciais para a manutenção das operações jornalísticas (Wardle & Derakhshan, 2017).

Para os consumidores, as fake news resultam em decisões mal informadas, afetando comportamentos políticos e econômicos. No mercado publicitário, a associação de marcas

com sites de fake news pode prejudicar a reputação e a eficácia das campanhas publicitárias, distorcendo a percepção pública das marcas envolvidas (Delmazo & Valente, 2018).

No que tange as medidas existentes para combater a monetização das fake news e quão eficazes elas são, restou pontuado as políticas públicas e iniciativas privadas, como, a implementação de medidas para combater as fake news, incluindo a Lei 13.834/2019, que tipifica o crime de denunciação caluniosa com fins eleitorais, e a Resolução 23.671/2021 do TSE, que proíbe a divulgação de fatos sabidamente inverídicos durante campanhas eleitorais (TSE, 2022).

E em relação a avaliação da eficácia, restou que embora as políticas tenham reduzido a disseminação de fake news, sua eficácia é limitada pela capacidade dos criadores de contornar as medidas existentes. Para aprimorar essas estratégias, é necessário aumentar a colaboração entre governos, plataformas de mídia social e organizações de verificação de fatos, além de promover a educação midiática para capacitar os consumidores a identificar desinformação (Blotta, 2022; Delmazo & Valente, 2018).

Referências

ALDWAIRI, M. E ALWAHEDI, A. **Detecção de notícias falsas em redes sociais.** Revista Dossiê Cibercultura, 2018. 215-222. https://doi.org/10.1016/j.procs.2018.10.171 .

AMATO, Lucas Fucci. **Fake news: regulação ou metarregulação?** Revista de Informação Legislativa: RIL, Brasília, DF, v. 58, n. 230, p. 29-53, abr./jun. 2021. Disponível em: https://www12.senado.leg.br/ril/edicoes/58/230/ril_v58_n230_p29.

BRASIL. **Lei nº 14.533, de 11 de janeiro de 2023**. Institui a Política Nacional de Educação Digital e altera as Leis nºs 9.394, de 20 de dezembro de 1996 (Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional), 9.448, de 14 de março de 1997, 10.26

BERRONDO-OTERMIN, M. **Application of artificial intelligence techniques to detect fake news: a review.** Electronics, v. 12, n. 24, p. 5041, 2023. Disponível em: <https://doi.org/10.3390/electronics12245041>. Acesso em: 7 jun. 2024.

ECCARD, Ana Flávia Costa; DURIGON, Salesiano; BORBA, Rogerio. **As dinâmicas das fake news na era digital: quando a mentira vira método.** Revista de Teorias da Democracia e Direitos Políticos, v. 9, n. 2, p. 46-67, jul./dez. 2023. e-ISSN: 2525-9660. Disponível: em: <https://www.indexlaw.org/index.php/revistateoriasdemocracia/article/view/10186/pdf>. Acesso em: 19 fev. 2024.

BLOTTA, V. **Alta lucratividade é o que mantém o mercado digital de fake news.** Jornal da USP, 2022. Disponível em: (https://jornal.usp.br/?p=590301).

DAMASCENO, João Batista. **Novas Mídias, Redes Sociais, Lawfare e Fake News: Os desafios da regulação do acesso à informação.** IAB, Rio de Janeiro, 2019.

DELMAZO, C., VALENTE, J. C. L. **Fake news nas redes sociais online: propagação e reações à desinformação em busca de cliques.** Media & Jornalismo, 2018, 18(32), 155-169. https://doi.org/10.14195/2183-5462_32_11

GONÇALVES-SEGUNDO, P.. **Fake news, desordem informacional e pânico moral.** Cadernos de Linguística, 2021 1(4), 01-26. https://doi.org/10.25189/2675-4916.2020.v1.n4.id261.

JEEVAN, K.; KANIMOZHI, K. **Improved accuracy for fake news in social media using logistic regression comparing naive bayes classifier**. 2022. Disponível em: <https://doi.org/10.3233/apc220068>. Acesso em: 10 jun. 2024.

JOSHUA A.; BRAUN, e Jessica L. Eklund. **Notícias falsas, dinheiro real: plataformas de tecnologia de publicidade, boatos com fins lucrativos e o negócio do jornalismo.** Jornalismo Digital , 7 (2019): 1 - 21. https://doi.org/10.1080/21670811.2018.1556314 .

KHALIL, A.; JARRAH, M.; ALDWAIRI, M.; JARADAT, M. **Afnd: arabic fake news dataset for the detection and classification of articles credibility.** Data in Brief, v. 42, p. 108141, 2022. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.dib.2022.108141>. Acesso em: 12 jun. 2024.

KIM B, XIONG A, LEE D, HAN K. **Uma revisão sistemática sobre pesquisa de notícias falsas através das lentes da criação e consumo de notícias: Esforços de pesquisa, desafios e direções futuras.** PLoS UM 16(12): 2021, https://doi.org/10.1371/journal.pone.0260080,

MEZZAROBA, Orides; MONTEIRO, Cláudia Servilha. **Manual de metodologia da pesquisa no direito**. São Paulo: SaraivaJur, 2019.

NAN, Q.; CAO, J.; ZHU, Y.; WANG, Y.; LI, J. **Fake: multi-domain fake news detection.** 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.1145/3459637.3482139>. Acesso em: 17 jun. 2024.

SHEN, Y. **Fake news detection on social networks: a survey.** Applied Sciences, v. 13, n. 21, p. 11877, 2023. Disponível em: <https://doi.org/10.3390/app132111877>. Acesso em: 17 jun. 2024.

SILVA, A.; LUO, L.; KARUNASEKERA, S. **Embracing domain differences in fake news: cross-domain fake news detection using multi-modal data.** 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.48550/arxiv.2102.06314>. Acesso em: 17 jun. 2024.

SILVA, Rogerio Borba da; ECCARD, Ana Flávia Costa; DURIGON, Salesiano. **As dinâmicas das fake news na era digital: quando a mentira vira método**. Revista de Teorias da Democracia e Direitos Políticos, v. 9, n. 2, p. 46-67, jul./dez. 2023. XXX Congresso Nacional Conpedi. e-ISSN: 2525-9660. Disponível em: <https://www.indexlaw.org/index.php/revistateoriasdemocracia/article/view/10186/pdf>. Acesso em: 19 fev. 2024.

SRIKANTH, V. **Fake news detection system using machine learning and deep learning.** International Journal of Scientific Research in Engineering and Management, v. 08, n. 04, p. 1-5, 2024. Disponível em: <https://doi.org/10.55041/ijsrem30766>. Acesso em: 17 jun. 2024.

TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL. **Código Eleitoral pune propagação de fake news com detenção e multa.** TSE Notícias, 22 out. 2022. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/comunicacao/noticias/2022/Outubro/codigo-eleitoral-pune-propagacao-de-fake-news-com-detencao-e-multa>. Acesso em: 10 jun. 2024.

WET, H.; MARIVATE, V. Is **it fake? news disinformation detection on south african news websites.** 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.48550/arxiv.2108.02941>. Acesso em: 17 jun. 2024.

ZHOU, X.; JAIN, A.; PHOHA, V.; ZAFARANI, R. **Fake news early detection.** Digital Threats Research and Practice, v. 1, n. 2, p. 1-25, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.1145/3377478>. Acesso em: 17 jun. 2024.