

Anais do IV Fórum de Iniciação Científica

PROLIFERAÇÃO DE FAKE NEWS NO CENÁRIO ELEITORAL

Adrian Borges ^{a*}, Daniel Ferreira Fernandes ^a, Darlon Silva Freitas ^a, Giovanna Gabrielle de Oliveira Castro ^a, Laura Alves Dias ^a e Michelle Lucas Cardoso Balbino ^a

^a Faculdade Patos de Minas, Patos de Minas, Minas Gerais, Brasil

Resumo

Introdução: A divulgação de *fake news* durante a eleição trouxe resultados negativos aos candidatos, que na maioria das vezes foram acusados de ações que não cometeram e foram vítimas de difamação. As redes sociais se tornaram um bom lugar para incitar a polarização do discurso por meio da promoção de *fake news* e do uso de algoritmos. As *fake news* se tornaram uma das ferramentas de influência política mais comumente usadas na guerra de informação global. **Objetivo Geral:** Determinar a melhor maneira de controlar a disseminação de *fake news* nas redes sociais e acabar com a calúnia e a difamação nas eleições brasileiras. **Objetivos Específicos:** Compreender as normas que definem a difamação e difamação durante o período eleitoral e analisar as inferências de *fake news* nas redes sociais durante o desenvolvimento dos candidatos ao longo do período eleitoral. **Metodologia:** Para a presente pesquisa utilizou-se como tipo de pesquisa exploratória com abordagem qualitativa, utilizando como fonte de pesquisa tanto as primárias para coleta de dados das leis e julgados, como secundárias para coleta dos textos dos autores sobre o tema. Quanto ao método utilizou-se o indutivo para coleta dos dados dos julgados e o método dedutivo para aplicação da lei aos casos analisados. A técnica utilizada consiste na jurisprudencial, utilizando análise dos dados da Teoria da Análise de Conteúdo da Laurence Bardin. **Considerações Parciais:** A presente pesquisa encontra-se em andamento, com os seguintes resultados parciais: 1.0 Os veículos de comunicação precisam estancar a produção de notícias falsas. 1.1 As redes sociais e outras empresas precisam detectar formas de inibir a propagação dessas notícias em grande escala. 1.2 Os órgãos públicos precisam fiscalizar e punir os responsáveis pelas *fake news*. E os usuários precisam ter senso crítico para identificar *fake news* que chegam até eles e contestá-las e 2.0 Estabelece normas relativas à transparência de redes sociais e de serviços de mensagens privadas, sobretudo no tocante à responsabilidade dos provedores pelo combate à desinformação e pelo aumento da transparência na internet, à transparência em relação a conteúdos patrocinados e à atuação do poder público.

Palavras-chave: eleitoral; *fake news*; redes sociais.

* Autor para correspondência: adrian.25402@alunofpm.com.br