

Eixo Temático 2 - Informação, Comunicação e Processos Tecnológicos

## REGULAMENTAÇÃO DAS PLATAFORMAS DIGITAIS PARA COMBATER FAKE NEWS

### REGULATION OF DIGITAL PLATFORMS TO COMBAT FAKE NEWS

Diego Henrique Barros Melo – Universidade Federal de Alagoas (UFAL) –  
*diegobarrosweb@gmail.com*

#### Modalidade: Trabalho Completo

**Resumo:** As *fake news* se propagam por meio das plataformas digitais e assim possuem cada vez mais intensidade, afetando todos os aspectos da vida social. Porém, essas empresas ainda não estão devidamente regulamentadas. O objetivo deste trabalho foi apontar algumas iniciativas que pretendem regulamentar as plataformas digitais no Brasil com a finalidade de combater a desinformação. A metodologia utilizada para coleta de dados foi a revisão bibliográfica e documental, em uma pesquisa exploratória numa abordagem qualitativa. Conclui-se que muitos projetos de lei já foram apresentados, porém, essas empresas não querem ser regulamentadas e pressionam o Congresso para votar a seu favor.

**Palavras-chave:** plataformas; fake news; regulamentação.

**Abstract:** *Fake news spreads through digital platforms and thus has more and more intensity, affecting all aspects of social life. However, these companies are still not properly regulated. The objective of this work was to point out some initiatives that intend to regulate digital platforms in Brazil in order to combat disinformation. The methodology used for data collection was the bibliographical and documentary review, in an exploratory research with a qualitative approach. It is concluded that many bills have already been presented, however, these companies do not want to be regulated and are pressuring Congress to vote in their favor.*

**Keywords:** platforms; fake news; regulation.

## 1 INTRODUÇÃO

Consumir informação verdadeira veiculada pelos meios de comunicação é essencial para a tomada de decisões no dia a dia das pessoas, principalmente nesta terceira década do século 21, em que as informações estão ao alcance da palma da mão de todos, por meio de celulares e outros equipamentos.

Ocorre que o hábito de consumir informação com a facilidade possibilitada por plataformas digitais, no entanto, pode eventualmente ser contaminado por informações falsas, tendenciosas e também verdadeiras, porém, fora de contexto e desatualizadas. Desse modo, as ferramentas ofertadas pela tecnologia para garantir agilidade e diversidade de

fontes no consumo de informação podem, também, ser usadas para dar a mesma velocidade na disseminação das chamadas *fake news* (notícias falsas).

Nesse contexto, é importante analisar qual é a responsabilidade das plataformas digitais, também chamadas de *big techs*, na difusão, consumo e impactos das *fake news*. Sabe-se que, no Brasil, ainda se busca aprovar e implementar uma regulamentação que contemple todos os aspectos desse processo e que atribua obrigações a essas plataformas, as quais, até aqui, seguem isentas de qualquer responsabilidade quanto à propagação e danos causados pela desinformação no ambiente digital. Ao mesmo tempo, quais entraves prejudicam ou retardam o andamento dessas iniciativas?

Enquanto essa regulamentação não acontece, observa-se que o comportamento da sociedade, as relações sociais e suas escolhas podem ser efetuadas com base em inverdades, trazendo danos não apenas individuais, mas também coletivos e ao pleno exercício da cidadania. Isso pode ser notado, por exemplo, em períodos eleitorais, quando as *fake news* surgem e são rapidamente disseminadas para destruir reputações de candidatos, elogiar outros ou, ainda, atribuir qualidades, defeitos, declarações ou ações que determinados atores políticos não praticaram, não disseram ou não possuem. É o que ocorreu, por exemplo, nos Estados Unidos a partir da eleição de Donald Trump, em 2016.

Conforme constatado por Allcott e Gentzkow (2017), 62% dos adultos americanos receberam notícias falsas por meio das plataformas digitais durante o período eleitoral daquele ano. Ainda segundo eles, 115 *fake news* que beneficiavam Donald Trump foram compartilhadas no Facebook cerca de 30,3 milhões de vezes, enquanto 41 notícias falsas que beneficiavam a candidata Hilary Clinton foram compartilhadas na mesma plataforma 7,6 milhões de vezes. Com base nesses dados e na análise de outros pesquisadores, eles arrematam dizendo que Trump não teria sido eleito se não fosse pelo efeito das *fake news* nas plataformas digitais.

Uma notícia do portal G1 trouxe dados segundo os quais o uso de *fake news* continuou ocorrendo, mesmo após a eleição de Donald Trump. Ele próprio fez mais de 20 mil declarações não verdadeiras de quando assumiu o poder, em janeiro de 2017, até 2020, quando ocorreu o levantamento feito pelo jornal norte-americano Washington Post (MODELLI, 2020).

No Brasil, as *fake news* também foram importantes nas eleições presidenciais de 2018, as quais ajudaram a eleger o então candidato Jair Bolsonaro. Conforme Dourado (2018), o agora ex-presidente foi o maior beneficiado, direta ou indiretamente, pela distribuição de notícias falsas. Para confirmar sua constatação, ela aponta que 226 *fake news* (65,31% do corpus analisado) foram favoráveis a Bolsonaro durante o período eleitoral.

Da mesma forma, as chamadas *fake news* foram usadas durante a pandemia de Covid-19 para desacreditar sobre a gravidade da doença, sobre os meios de transmissão e prevenção, o uso de máscara e, posteriormente, para desacreditar a eficácia das vacinas. Sobre isso, dizem Souza e Santos (2020, p. 3):

Em 2020, o cenário da pandemia constituiu um insumo à desinformação disseminada pela internet. Com o decreto de pandemia anunciado pela Organização Mundial da Saúde (OMS), correspondente ao aumento exponencial de infectados ao redor do mundo, o conceito de pós-verdade parece ascender à consolidação conceitual na modelagem da opinião pública.

Nesse sentido, é importante ressaltar que, para Albuquerque (2020), o discurso das *fake news* é um discurso de reivindicação de monopólio da verdade. Por outro lado, ele é um discurso que pode ser capturado por diferentes agentes. É um discurso negativo. Já Wilke (2020) considera que as *fake news* são informações publicadas com a intenção de enganar, a fim de prejudicar indivíduos, coletivos, organizações, instituições com o fito de auferir ganhos econômicos ou políticos.

Diante disso, evidencia-se a necessidade de uma abordagem acadêmica para o impacto e o desserviço das *fake news* na sociedade, o que pode ou o que vem sendo feito para reduzir seus efeitos e combatê-las. Uma dessas medidas é regulamentar as plataformas digitais e também atribuir a elas, e não apenas aos criadores e divulgadores das inverdades, responsabilidades e o dever de removê-las do meio digital.

O objetivo deste trabalho, assim, é apontar algumas iniciativas político-jurídicas que pretendem regulamentar as plataformas digitais no Brasil com a finalidade de combater a desinformação, quais dessas medidas obtiveram maior êxito até agora e quais são os principais entraves para que isso ocorra.

## 2 METODOLOGIA

A metodologia utilizada para coleta de dados é a revisão bibliográfica e documental. Em relação ao objetivo trata-se de uma pesquisa exploratória numa abordagem qualitativa (LAKATOS; MARCONI, 2017, p. 215; GIL, 2010). Isso porque ocorreu consulta a sites de notícias, a portais institucionais e também a legislações que tratam do referido projeto de lei. Também foram consultadas entrevistas de especialistas e pesquisadores sobre o tema da regulamentação das plataformas digitais, bem como artigos científicos que tratam do tema em abordagens da Ciência da Informação e da Comunicação.

## 3 CONTEXTO E DEFINIÇÃO DE *FAKE NEWS*

O acesso a informações sempre foi uma necessidade humana. Seja para sobrevivência em meio a uma natureza hostil, seja para preservar a cultura e identidade de um povo, seja para decidir onde investir recursos financeiros ou em quem votar nas eleições, ter informações claras e verdadeiras faz parte do desenvolvimento e das relações sociais.

Para Le Coadic (1996), a informação é um conhecimento inscrito (gravado) sob a forma escrita (impressa ou numérica), oral ou audiovisual e comporta um elemento de sentido. Segundo Buckland (1991), uma característica chave da “informação-como-conhecimento” é que é intangível: não se pode tocá-la ou medi-la, de modo algum. Conhecimento, convicção e opinião, segundo o autor, são atributos individuais, subjetivos e conceituais. Entretanto, para comunicá-los, eles têm que ser expressos, descritos ou representados de alguma maneira física, como um sinal, texto ou comunicação.

Nem todas as informações expressas, gravadas, representadas e transmitidas, porém, sempre foram verdadeiras. A humanidade sempre conviveu com informações falsas, que surgiram ora por erro de quem as elabora ou emite, ora por agentes com intenções espúrias e objetivos maléficos. Neste século 21, principalmente a partir de 2016, informações falsas receberam a definição de *fake news*, termo proveniente da língua inglesa para “notícias falsas”.

A disseminação dessas informações falsas foi impulsionada, principalmente, pelas chamadas plataformas digitais, as quais reduzem o efeito da comunicação de mão única e

colocam o leitor como criador e propagador de conteúdos. Assim, ainda que a internet tenha facilitado, por exemplo, a mobilização de pessoas em prol de causas comuns, também deu espaço para surgirem novos formatos de notícia, e com eles uma forte onda de disseminação de notícias falsas (REULE, 2008 *apud* SANCHOTENE; MARQUES, 2021).

É nesse cenário que surgem alguns dilemas de interesse social, político e também acadêmico, entre os quais, os seguintes: De quem é a responsabilidade pelos impactos das *fake news*? É apenas do indivíduo que as elaborou? É dos demais indivíduos que ajudaram a disseminá-las? É das autoridades públicas, como políticos e membros do Poder Judiciário? Ou é também – e principalmente – das plataformas digitais, as quais dão suporte para que a desinformação seja publicada, disseminada e tenha um alcance ainda maior, visto que são remuneradas por isso?

Cabe ressaltar que, devido ao grande número de notícias circulando na internet, o leitor passa a não ter a capacidade de diferenciar se determinado conteúdo é verdadeiro ou não. Neste sentido, Sanchotene e Marques (2021, p. 3) destacam que o leitor:

Dessa forma, acaba tomando a maioria dos rumores como verídicos. O fato é que o alcance é ampliado pelo uso das mídias digitais e a velocidade de propagação dessas notícias, em muitos casos, foge do controle. Quanto mais compartilhada, mais dificilmente a história será eliminada, mesmo que essa tenha sido esclarecida por outros meios. Desta forma, questionamos: que tipos de reverberação uma notícia falsa causa nas redes sociais digitais?

Ao tentar definir o que é desinformação neste século 21, Brisola e Bezerra (2018, p. 3319) ressaltam que:

Desinformação envolve informação descontextualizada, fragmentada, manipulada, retirada de sua historicidade, tendenciosa, que apaga a realidade, distorce, subtrai, rotula ou confunde. A desinformação não é necessariamente falsa; muitas vezes, trata-se de distorções ou partes da verdade.

Ocorre que, principalmente de 2014 para cá, o fenômeno de interferência da desinformação nas escolhas das pessoas se intensificou devido, especialmente, à popularização das plataformas digitais, entre as quais inserem-se as redes sociais. Assentados também nessa premissa, Cotrim Júnior, Silva e Cotrim (2021, p. 18) validam que:

Nesta atual era digital e hiperconectada, a diminuição dos diferentes custos exigidos à produção e à divulgação de informações e opiniões permite, por um lado, o acesso da população a mídias confiáveis como fonte segura de informação

[...]; como também, por outro lado, possibilita uma propagação desenfreada de notícias falsas, chamadas *Fake News*.

Vale lembrar que em 2016, nos Estados Unidos da América, a eleição presidencial teve denúncias de uso de *fake news* e dos chamados robôs (ou “*bots*”, no termo mais popular na língua inglesa) para impulsionar conteúdos falsos, fora de contextos ou desatualizados, de modo a interferir na opinião dos eleitores e em suas escolhas e, assim, prejudicar o oponente na disputa política. Essa eleição foi um marco quando se analisa o uso de *fake news* nas plataformas digitais para influenciar as escolhas ou o comportamento da sociedade diante de um episódio tão importante para o país. O candidato que saiu vitorioso da disputa, Donald Trump, seguiu usando as plataformas digitais para espalhar desinformação aos seus seguidores (MODELLI, 2020).

Logo durante o segundo ano do governo de Trump nos Estados Unidos da América, ao tentar uma definição para as *fake news*, Moroni (2018) ressalta o aspecto de que a verdade fica em segundo plano e a informação é “maquiada”.

Fake news podem ser caracterizadas como notícias falsas ou não necessariamente falsas, mas que colocam o tema da verdade em segundo plano. Fake news são notícias maquiadas, adulteradas (não totalmente falsas) ou falsas criadas com o intuito de causar danos ou propagadas inintencionalmente (MORONI, 2018, p. 137).

Conforme Allcott e Gentzkow (2017) citados por Moroni (2018), *fake news* podem incluir: notícias que intencionalmente expressam erros; boatos; teorias da conspiração, as quais muitas são difíceis de apurar se são verdadeiras ou falsas; informações que envolvem sátiras; declarações falsas realizadas por políticos e relatórios tendenciosos, mas não completamente falsos.

Também lançam luzes sobre o assunto Sousa, Novelli e Castro (2022) ao dizerem que uma *fake news* é muito mais que uma notícia falsa, é uma notícia em que há a intenção de produzir algo fingido e que tem como objetivo enganar quem lê. A intencionalidade do ato, conforme as autoras, apesar de não ser perceptível quando utilizamos a tradução literal de “*fake*”, não pode ser esquecida e é o que torna esse fenômeno tão importante.

Por sua vez, ao afirmarem que a ampliação do consumo de notícias por sites de redes sociais fomenta um novo tipo de concorrência com os “media tradicionais”, Delmazo e

Valente (2018) destacam, também, a crise de confiança dos leitores nos chamados veículos tradicionais de mídia.

A partir de todo esse contexto, as ciências sociais aplicadas, entre elas a Ciência da Informação, debruçaram seus estudos e investigações mais atentamente ao processo das *fake news* e sua influência nas relações sociais e nas decisões populares. Sobre isso, Ferreira, Lima e Souza (2021, p. 32) esclarecem:

A aprendizagem informacional, por seu potencial de aprimoramento cognitivo e pelo desenvolvimento do senso crítico, em colaboração com processos institucionais de checagem de fatos e informações, constitui estratégia para orientar as ações das pessoas diante de suas necessidades. Esse processo decorre de um complexo formado por conhecimentos, habilidades, atitudes e valores, estudado na Ciência da Informação e em áreas afins, no escopo da Competência em Informação, em diferentes perspectivas.

#### **4 PLATAFORMAS DIGITAIS E REGULAMENTAÇÃO**

Conforme a disseminação intencional de *fake news* foi avançando no Brasil, as autoridades e pesquisadores do assunto preocuparam-se em propor mecanismos de combatê-las. Entre as medidas adotadas, há o bloqueio e a punição das plataformas, com aplicação de multas, bem como a responsabilização das pessoas físicas, por meio de processos judiciais e também a aplicação de multas e imposição de retratações públicas. Tudo isso, porém, carece de regulamentação, visto que as práticas delituosas evoluem muito mais rapidamente do que a legislação que as classifica e que enquadra os infratores. Nesse sentido, já apontam Sousa, Novelli e Castro (2022, p. 844) que:

Do outro lado, os Estados passaram a entrar em confronto direto com esse movimento e, dentre outras ações, estão construindo um quadro jurídico normativo para enfrentamento das *fake news*. Como evidência, dados do Instituto Poynter (2019), apontavam que havia, em 2019, quase 20 países com leis que versavam sobre desinformação e *fake news*.

O Brasil, por sua vez, partiu na frente na busca por uma legislação que garanta o enfrentamento das *fake news*. Desse modo, já em 2019 o Tribunal Superior Eleitoral (TSE), órgão máximo da Justiça Eleitoral no país, aprovou o novo Código Eleitoral (Lei 13.834/2019), no qual há um artigo que prevê punições para quem disseminar conteúdo falso sobre alguém com finalidade eleitoral. Tal medida veio como uma resposta ao estrago

causado pelas *fake news* durante as eleições presidenciais do ano anterior, 2018, mas foca nos indivíduos, e não nas plataformas digitais.

Ainda assim, diante da complexidade do tema, somente essa legislação não contempla todas as questões envolvidas. Desse modo, impulsionados não só pelas eleições de 2018, mas também pela pandemia de Covid-19, a qual foi duramente permeada por *fake news*, parlamentares brasileiros propuseram dezenas de outros mecanismos de combate a esse processo.

No ano de 2018, conforme relatado pela Agência de Notícias Pública, havia mais de 20 projetos de lei em andamento no Congresso Nacional brasileiro com o propósito de combater as *fake news*. Em menos de três anos, conforme observado por Sousa, Novelli e Castro (2022), existem 50 projetos de lei em tramitação cujo objetivo principal é restringir a disseminação desse fenômeno das *fake news* e combater a desinformação no país.

Segundo as mesmas autoras, a maioria dos projetos de lei brasileiros vê a produção e disseminação de notícias falsas como um fenômeno que está para além das eleições e da pandemia. Elas entendem que há, sim, uma tentativa de enfrentar o processo, o qual, por atacar o Direito à Informação, ataca também a possibilidade de viver uma cidadania plena, isto é, com acesso a informações verdadeiras para se tomar decisões corretas, saudáveis e seguras.

Nem todos os projetos, porém, traziam para o centro do debate e da responsabilidade as plataformas digitais, as quais são empresas estrangeiras do setor de tecnologia com ampla atuação no Brasil e que faturam cifras incalculáveis no país, mesmo possuindo poucas ou nenhuma obrigação para barrar ou evitar a propagação da desinformação.

Talvez por essa razão, nenhuma das proposições em análise ou já apresentadas ao Congresso Nacional ganhou tanta repercussão, em 2023, quanto aquela que ficou conhecida como o “PL das Fake News”, uma referência ao Projeto de Lei nº 2.630, de 2020, de iniciativa do senador Alessandro Vieira (Cidadania-SE), que institui a “Lei Brasileira de Liberdade, Responsabilidade e Transparência na Internet”.

Isso porque o projeto, que tem origem no Senado, aponta as devidas responsabilidades das plataformas digitais (as “big techs”) e cobra delas ações e

investimentos para diminuir a incidência de *fake news* e reduzir seus danos. Ao mesmo tempo, o PL cobra dessas plataformas mais transparência. É o que diz o Artigo 26, segundo o qual: “O Estado deve incluir nos estudos de que trata o art. 28 da Lei nº 12.965, de 2014, diagnósticos sobre a transparência de conteúdo patrocinado, assim como eventuais práticas abusivas, mediante o uso de provedores” (BRASIL, 2022, p. 19).

Tal projeto está na Câmara Federal e, sob relatoria do deputado Orlando Silva (PCdoB-SP), chegou a ser pautado para votação em plenário em maio deste ano. Pouco antes do ocorrido, no entanto, foi retirado de pauta pelo presidente da Câmara, deputado federal Arthur Lira (PP-AL) (SIQUEIRA, 2023).

A retirada de pauta do PL nº 2630/2020, isto é, da sequência de votações para aprovação ou rejeição pelos deputados, deu-se em meio a uma “guerra” de versões sobre o teor da medida. Deputados alinhados ao espectro de direita e de extrema direita, bem como alguns do chamado “Centrão” e da bancada evangélica, denunciaram tratar-se de um dispositivo que iria limitar a liberdade de expressão.

Conforme Farias (2023), em reportagem do portal Meio e Mensagem, a oposição ao governo e bancadas, como a evangélica, acreditam que “um maior controle nas redes pode significar risco à liberdade de expressão”. O grupo, inclusive, tem popularizado o termo “PL da Censura” para se referir ao projeto. Somados a eles, alerta a reportagem, estão as plataformas de tecnologia e donas de redes sociais. Como apontado por Casaro (2022) ao entrevistar a jornalista Renata Mielli, que pesquisa sobre o tema:

Para além da divergência no Congresso, o PL enfrenta a oposição das chamadas *big techs* às quais é dirigido, que lançaram forte ofensiva para ganhar a opinião pública contra a aprovação. “Esse é um comportamento que elas têm não só no Brasil, mas em todos os países do mundo que estão adotando legislações com o objetivo de impor qualquer regulação à sua atividade”, informa Mielli, que hoje pesquisa o tema como doutoranda no Programa de Ciências da Comunicação da Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo (ECA/USP). “A opacidade e a ausência de regras são o que garante o modelo de negócios que faz com que as companhias mais lucrativas do mundo, à frente até de petrolíferas, sejam essas que vivem da mineração de dados, da nossa presença intensa, comentando, compartilhando, produzindo e ajudando a monetizar”, completa (CASARO, SEESP, 2022).

Já aqueles alinhados ao governo federal e ao espectro mais progressista, de esquerda e de centro-esquerda, em geral defenderam a iniciativa, destacando ser um Projeto de Lei importante para regular e, quando necessário, punir as chamadas *big techs* (grandes

empresas de tecnologia, como Google, Meta, Facebook, Instagram, entre outras) quando da veiculação de *fake news* com o objetivo de lucro.

Atualmente, essas “gigantes da tecnologia” operam no Brasil sem nenhuma regulamentação específica. A polêmica que precedeu o dia marcado para a votação do PL n° 2.630/2020 contou inclusive com a participação da plataforma digital Google, que exibiu uma mensagem em sua página inicial com um link que levava os usuários a conteúdos declaradamente contrários ao projeto.

O Supremo Tribunal Federal (STF) determinou a remoção imediata da mensagem. A medida do Judiciário serviu para reforçar os argumentos de ambos os lados a respeito do Projeto de Lei. Os contrários disseram que, por ter havido uma decisão do STF contra a Google, ficou claro que se trata de uma restrição à liberdade de expressão das pessoas e dos próprios parlamentares que é endossada pelo Judiciário. Já os favoráveis ao dispositivo chamaram a atenção para o fato de que a regulação das plataformas digitais, ou *big techs*, é cada vez mais necessária e, quando isso ocorrer, essas grandes empresas terão custos financeiros para moderar conteúdos a serem publicados com impulsionamento, ou seja, por meio de pagamentos à própria plataforma para terem um alcance maior, bem como terão que investir mais para remoção de conteúdos comprovadamente falsos, sob pena de responderem pelo crime de propagação de *fake news*.

Conforme esse grupo, atualmente essas empresas multinacionais fazem muito pouco para evitar a circulação de conteúdos falsos, muitos deles danosos à saúde, ao convívio social e à plena cidadania. Alegam também que, pelo poder e alcance que possuem e que podem promover para determinados conteúdos ou discursos, sem que haja uma regulamentação específica, essas *big techs* estrangeiras podem inclusive influenciar disputas eleitorais e outras decisões de soberania nacional. Portanto, caso o PL n° 2.630/2020 seja aprovado e se torne lei, ele será mais um mecanismo de enfrentamento às *fake news* à disposição da justiça brasileira.

Não será, por si só, completo e autossuficiente para regular o setor e as plataformas digitais, principalmente considerando as mudanças trazidas por cada vez mais aperfeiçoamento da tecnologia, mas dará às autoridades competentes o poder necessário para impor algumas sanções e cobrar responsabilidades.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O fenômeno da desinformação está popularizado em todo o mundo, visto que é impulsionado pelas diversas plataformas digitais de comunicação, incluindo, principalmente, aquelas que oferecem serviços de mensagens instantâneas e engajamento social. É, portanto, um tema de interesse de vários pesquisadores no meio acadêmico. Por trazer impactos para a sociedade, suas escolhas, comportamento, decisões políticas e saúde, enfim, para a construção da cidadania como um todo e para a democracia plena, é também um assunto de interesse político e jurídico.

Isso porque, nos últimos anos, foi percebido o enorme poder que tais plataformas ganharam à medida que mais e mais usuários passaram a usar seus serviços, os quais aparentemente são gratuitos. Por outro lado, percebeu-se que a legislação em vigor até então, no caso do Brasil, não dava conta de regulamentar a atividade dessas *big techs*, que são companhias estrangeiras que lucram bilhões de reais por ano e, em sua atuação desregulamentada, absorvem os dados de milhões de usuários sem uma permissão clara para isso.

Como apontado por pesquisadores brasileiros, entre os quais Renata Mielli (CASARO, 2022), essas plataformas contam com a falta de legislação específica para continuarem operando sem nenhuma responsabilidade quanto à propagação de *fake news*, à transparência de suas atividades e à captação de dados. Ao mesmo tempo, o poder que elas possuem é enorme para influenciar a população sobre vários temas, incluindo aqueles que são de interesse e de soberania nacional.

É necessário, desse modo, que o Brasil aprove legislações que deem conta dos diversos aspectos que envolvem o serviço das plataformas digitais. Foi isso o que constatou, por exemplo, a pesquisa chamada “Redes sociais e notícias falsas”, realizada pelo Instituto de Pesquisa DataSenado e divulgada no começo de junho de 2023. O levantamento mostrou que 80% dos entrevistados acreditam na necessidade de uma lei específica para combater notícias falsas. A mesma pesquisa apontou ainda que 72% dos brasileiros disseram estar “muito preocupados” com o avanço das notícias falsas nas redes sociais.

O Congresso Nacional atendeu, pelo menos em parte, à preocupação da sociedade quanto ao tema. Basta constatar que, em setembro de 2022, havia 17 Projetos de Lei sobre desinformação registrados no Senado e aguardando alguma apreciação (MONTEIRO, 2022). Dois anos antes, em junho de 2020, época do auge das *fake news* sobre a pandemia de Covid-19, havia 50 projetos semelhantes sobre o mesmo tema na Câmara dos Deputados (MIRANDA, 2020).

Percebe-se, desse modo, que o poder que será dado às autoridades competentes, por meio de uma lei de combate à desinformação e regulamentação das big techs, será obtido quando houver o interesse político e a correlação de forças em jogo no Congresso Nacional chegar a um denominador comum.

Paralelamente a isso, as próprias plataformas digitais não são “neutras” e tentam influenciar o voto dos parlamentares quando chega o momento de apreciar algum desses Projetos de Lei. Isso já foi demonstrado, por exemplo, em reportagem do portal The Intercept Brasil acerca da possibilidade de votação do “PL das Fake News”, entre abril e maio de 2023. As plataformas se mobilizaram para pressionar os parlamentares e influenciar a opinião pública. Segundo reportagem do portal, “Teve anúncio alarmista de página inteira no jornal, link na página inicial do Google, ação com influenciadores nos bastidores, anúncios e até fake news sobre censura da Bíblia espalhada por associação que representa o setor” (DIAS, 2023).

O jornal Estadão também fez a mesma constatação do “lobby” das big techs junto ao Congresso Nacional em prol dos próprios interesses, quando estava prestes a ser votado o referido Projeto de Lei:

Um monitoramento do Estadão revelou que a pressão das empresas fez com que pelo menos 33 deputados mudassem de posicionamento entre a aprovação do requerimento de urgência, dia 19 de abril, e a retirada de pauta, em 2 de maio. Um site, hospedado nos Estados Unidos, foi aberto para mostrar o voto de cada um. Os internautas foram instigados a mandar mensagens para aqueles que se diziam a favor ou ainda não tinham se colocado claramente contra (WETERMAN; AFFONSO, Estadão, 2023).

Elas defendem, assim, os próprios interesses, e não o bem-estar da sociedade ou mais transparência para seus negócios no Brasil. Enquanto essa definição não acontece, a população segue refém das *fake news*, que afetam todos os aspectos da vida social, e as

autoridades, por sua vez, com poder limitado para cobrar e fiscalizar o exercício de responsabilidades.

## REFERÊNCIAS

ALBUQUERQUE, A. O discurso das fake news e sua implicação comunicacional na política e na ciência. **Revista Eletrônica de Comunicação, Informação e Inovação em Saúde**, Rio de Janeiro, v. 14, n. 1, 2020. DOI: 10.29397/reciis.v14i1.2016. Disponível em: <https://www.reciis.icict.fiocruz.br/index.php/reciis/article/view/2016>. Acesso em: 27 jul. 2023.

ALLCOTT, H.; GENTZKOW, M. Social media and fake news in the 2016 election. **Journal of economic perspectives**, v.31, n. 2, p. 211-236, 2017. Disponível em: <https://pubs.aeaweb.org/doi/pdfplus/10.1257/jep.31.2.211>. Acesso em: 17 ago. 2023.

BRASIL. Câmara dos Deputados. **Projeto de Lei nº 2.630, de 3 de junho de 2020**. Institui a Lei Brasileira de Liberdade, Responsabilidade e Transparência na Internet. Brasília: Câmara dos Deputados, 2022. Disponível em: <https://www.seesp.org.br/site/images/PL2630RelatorioOrlandoSilva.pdf>. Acesso em: 28 jul. 2023.

BRISOLA, A.; BEZERRA, A. C. Desinformação e circulação de “fake news”: distinções, diagnóstico e reação. ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, n. 19, 2018, Londrina. **Anais [...]** Londrina: UEL, 2018. Disponível em: <http://hdl.handle.net/20.500.11959/brapci/102819>. Acesso em: 15 jul. 2023.

BUCKLAND, M. K. Information as thing. **Journal of the American Society for Information Science (JASIS)**, v.45, n.5, p.351-360, 1991. (Tradução Livre de Luciane Artêncio). Disponível em: [https://www.cin.ufpe.br/~cigf/TECNOLOGIA%20-%20material%20NAO-CLASSIFICADO/Informacao%20como%20Coisa%20\(thing\).pdf](https://www.cin.ufpe.br/~cigf/TECNOLOGIA%20-%20material%20NAO-CLASSIFICADO/Informacao%20como%20Coisa%20(thing).pdf). Acesso em: 15 jul. 2023.

CASARO, R. A batalha para regulamentar as big techs no Brasil. **Sindicato dos Engenheiros no Estado de São Paulo**, junho de 2022. Disponível em: <https://www.seesp.org.br/site/index.php/jornal-do-engenheiro/item/21153-a-batalha-para-regulamentar-as-big-techs-no-brasil>. Acesso em: 28 jul. 2023.

COTRIM JUNIOR, D. F.; SILVA, J. P. A. B.; COTRIM, A. C. Fake news como estrutura de poder: uma questão de assimetria de poder e desigualdade. **Asklepion: informação em saúde**, Rio de Janeiro, v. 1, p. 17-31, 2021. Disponível em: <http://hdl.handle.net/20.500.11959/brapci/165249>. Acesso em: 16 jul. 2023.

DELMAZO, C.; VALENTE, J. C. L. Fake news nas redes sociais online: propagação e reações à desinformação em busca de cliques. **Mídia & jornalismo**, n. 32, v. 18, 2018. Disponível em: <https://digitalis->

[dsp.uc.pt/bitstream/10316.2/43903/1/FAKE%20NEWS%20NAS%20REDES%20SOCIAIS%20ONLINE.pdf](https://dsp.uc.pt/bitstream/10316.2/43903/1/FAKE%20NEWS%20NAS%20REDES%20SOCIAIS%20ONLINE.pdf). Acesso em: 16 jul. 2023.

DIAS, T. Ofensiva das big techs contra PL das Fake News expõe lobby mais poderoso do mundo. **The Intercept Brasil**, 08 maio 2023. Disponível em: <https://www.intercept.com.br/2023/05/08/pl-das-fake-news-big-techs-tem-maior-lobby-do-mundo/>. Acesso em: 17 ago. 2023.

DOURADO, T. M. S. G., 2020. **Fake news na eleição presidencial de 2018 no Brasil**. 2020. Tese de Doutorado. Tese (Doutorado em Comunicação e Culturas Contemporâneas) – Universidade Federal da Bahia, Salvador. Disponível em: [https://repositorio.ufba.br/bitstream/ri/31967/1/Tese\\_Tatiana%20Dourado.pdf](https://repositorio.ufba.br/bitstream/ri/31967/1/Tese_Tatiana%20Dourado.pdf). Acesso em: 17 ago. 2023.

FARIAS, T. Entenda a PL das Fake News e porque ela foi adiada. **Meio e Mensagem**. 03 maio 2023. Disponível em: <https://l1ng.com/kZZGj>. Acesso em: 25 jul. 2023.

FERREIRA, J. R. S.; LIMA, P. R. S.; SOUZA, E. D. Desinformação, infodemia e caos social: impactos negativos das fake news no cenário da covid-19. **Em Questão**, Porto Alegre, v. 27, n. 1, p. 30-53, 2021. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/index.php/EmQuestao/article/view/102195/59076>. Acesso em: 27 jul. 2023.

GRIGORI, P. 20 projetos de lei no Congresso pretendem criminalizar fake news. **Agência Pública**, 11 de maio de 2018. Disponível em: <https://apublica.org/2018/05/20-projetos-de-lei-no-congresso-pretendem-criminalizar-fake-news/>. Acesso em: 27 jul. 2023.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. D. A. **Metodologia científica**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2017.

LE COADIC, Y. F. **A Ciência da Informação**. Brasília: Brique de Lemos/Livros, 1996.

MAIORIA apoia lei para combater fake news, mostra DataSenado. **Agência Senado**, 02 jun. 2023. Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2023/06/02/maioria-dos-consultados-apoia-lei-para-combater-fake-news-mostra-datasenado>. Acesso em: 26 jul. 2023.

MIRANDA, T. Combate a fake news é tema de 50 propostas na Câmara dos Deputados. **Agência Câmara de Notícias**, 01 jun. 2020. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/noticias/666062-combate-a-fake-news-e-tema-de-50-propostas-na-camara-dos-deputados>. Acesso em: 28 jul. 2023.

MODELLI, L. Relembre as mentiras mais famosas de Trump. **G1**. 09 nov. 2020. Disponível em: <https://g1.globo.com/mundo/eleicoes-nos-eua/2020/noticia/2020/11/09/relembre-as-mentiras-mais-famosas-de-trump.ghtml>. Acesso em: 24 jul. 2023.

MONTEIRO, E. Projetos em análise no Senado combatem desinformação e fake news. **Agência Senado**, 26 set. 2022. Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2022/09/26/projetos-em-analise-no-senado-combatem-desinformacao-e-fake-news>. Acesso em: 29 jul. 2023.

MORONI, J. Possíveis impactos de Fake News na percepção-ação coletiva. **Complexitas – revista de Filosofia temática**, Belém, v. 3, n. 1, p. 130-160, jan./jun. 2018. Disponível em: <https://periodicos.ufpa.br/index.php/complexitas/article/view/6625>. Acesso em: 23 jul. 2023.

SANCHOTENE, C.; MARQUES, D. N. Quando a arma é a notícia: um estudo sobre a circulação de fake news. **Comunicação & Informação**, v. 24, 2021. Disponível em: <https://revistas.ufg.br/ci/article/view/56755>. Acesso em: 15 jul. 2023.

SIQUEIRA, C. Lira adia votação do Projeto das Fake News. **Agência Câmara de Notícias**, 02 maio 2023. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/noticias/957823-LIRA-ADIA-VOTACAO-DO-PROJETO-DAS-FAKE-NEWS>. Acesso em: 28 jul. 2023.

SOUSA, J.; NOVELLI, A.; CASTRO, G. Quadro regulatório de enfrentamento às fake news no Brasil: uma análise das propostas legislativas. **Revista Ibero-Americana de Ciência da Informação**, Brasília, v. 15, n. 3, p. 842–856, 2022. Disponível em: <https://brapci.inf.br/index.php/res/download/212555>. Acesso em: 25 jul. 2023.

SOUZA, J. S.; SANTOS, J. C. S. D. Infodemia e desinformação na pandemia da covid-19. **Revista Fontes Documentais**, v. 3, p. 231-238, 2020. Disponível em: <http://hdl.handle.net/20.500.11959/brapci/151121>. Acesso em: 18 ago. 2023.

WETERMAN, T; AFFONSO, J. Pressão e ameaça no Congresso: como Google e Facebook derrubaram o PL 2630 das Fake News em 14 dias. **Estadão**, 26 jun. 2023. Disponível em: <https://www.estadao.com.br/politica/pressao-e-ameaca-no-congresso-como-o-google-derrubou-o-pl-2630-das-fake-news-em-14-dias/>. Acesso em: 17 ago. 2023.

WILKE, V. C. L. Pós-verdade, fake news e outras drogas: vivendo em tempos de informação tóxica. **Logeion: filosofia da informação**, v. 7, p. 8-27, 2020. Disponível em: [https://www.researchgate.net/publication/344710958\\_Pos-verdade\\_fake\\_news\\_e\\_outras\\_drogas\\_vivendo\\_em\\_tempos\\_de\\_informacao\\_toxica](https://www.researchgate.net/publication/344710958_Pos-verdade_fake_news_e_outras_drogas_vivendo_em_tempos_de_informacao_toxica). Acesso em: 25 jul. 2023.