



UnB

**UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
FACULDADE DE DIREITO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DIREITO**

BRENNO MARLON OLIVEIRA DA SILVA

A agenda brasileira no combate à cultura da desinformação nas mídias sociais

BRASÍLIA

2023

BRENNO MARLON OLIVEIRA DA SILVA

A agenda brasileira no combate à cultura da desinformação nas mídias sociais

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Direito, da Faculdade de Direito da Universidade de Brasília, como requisito para a obtenção do título de Mestre em Direito, no Mestrado acadêmico em Direito, Estado e Constituição.

Orientadora: Profa. Dra. Inez Lopes Matos Carneiro de Farias

BRASÍLIA

2023

Ficha catalográfica elaborada automaticamente,
com os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

SS586a Silva, Brenno Marlon Oliveira da
A agenda brasileira no combate à cultura da desinformação
nas mídias sociais / Brenno Marlon Oliveira da Silva;
orientador Inez Lopes Matos Carneiro de Farias. --
Brasília, 2023.
245 p.

Dissertação (Mestrado em Direito) -- Universidade de
Brasília, 2023.

1. Desinformação. 2. Mídias sociais . 3. Projeto de Lei
n° 2.630/2020. 4. Standards regulatórios. 5. Capitalismo de
Vigilância . I. Farias, Inez Lopes Matos Carneiro de ,
orient. II. Título.

Processo: Documento:
23106.146585/2023-25 10730438

UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
PROGRAMA DE PÓS GRADUAÇÃO EM DIREITO

Ata Nº: 15

Aos vinte e um dias do mês de dezembro do ano de dois mil e vinte e três, instalou-se a banca examinadora de Dissertação de Mestrado do aluno BRENNO MARLON OLIVEIRA DA SILVA, matrícula 210009772. A banca examinadora foi composta pelos professores Dr^a. JANNY CARRASCO MEDINA, Professora/Fasf; Dr^o. ANTONIO SERGIO ESCRIVAO FILHO, Professor/UnB; Dr^o. ENEA DE STUTZ E ALMEIDA, Professora/UnB (Suplente) e Dr^a. INEZ LOPES MATOS CARNEIRO DE FARIAS, Professora/UnB/orientadora/presidente. O discente apresentou o trabalho intitulado "A agenda brasileira no combate à cultura da desinformação nas mídias sociais".

Concluída a exposição, procedeu-se a arguição do(a) candidato(a), e após as considerações dos examinadores o resultado da avaliação do trabalho foi:

- (X) Pela aprovação do trabalho;
- () Pela aprovação do trabalho, com revisão de forma, indicando o prazo de até 30 dias para apresentação definitiva do trabalho revisado;
- () Pela reformulação do trabalho, indicando o prazo de (Nº DE MESES) para nova versão;
- () Pela reprovação do trabalho, conforme as normas vigentes na Universidade de Brasília.

Conforme os Artigos 34, 39 e 40 da Resolução 0080/2021 - CEPE, o(a) candidato(a) não terá o título se não cumprir as exigências acima.

Dr^a. JANNY CARRASCO MEDINA

Fasf
Examinadora Externa

Dr^o. ANTONIO SERGIO ESCRIVAO FILHO

UnB
Examinador Interno

Dr^a. ENEA DE STUTZ E ALMEIDA

UnB
Suplente

Dr^a. INEZ LOPES MATOS CARNEIRO DE FARIAS

UnB
Presidente

BRENNO MARLON OLIVEIRA DA SILVA

Mestrando



Documento assinado eletronicamente por Brenno Marlon Oliveira da Silva, Usuário Externo, em 21/12/2023, às 20:06, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento na Instrução da Reitoria 0003/2016 da Universidade de Brasília.



Documento assinado eletronicamente por JANNY CARRASCO MEDINA, Usuário Externo, em 21/12/2023, às 23:10, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento na Instrução da Reitoria 0003/2016 da Universidade de Brasília.



Documento assinado eletronicamente por Inez Lopes Matos Carneiro de Farias, Professor(a) de Magistério Superior da Faculdade de Direito, em 22/12/2023, às 11:10, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento na Instrução da Reitoria 0003/2016 da Universidade de Brasília.



Documento assinado eletronicamente por Antonio Sergio Escrivão Filho, Professor(a) de Magistério Superior da Faculdade de Direito, em 22/12/2023, às 11:24, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento na Instrução da Reitoria 0003/2016 da Universidade de Brasília.



Documento assinado eletronicamente por Eneá de Stutz e Almeida, Coordenador(a) do Programa de Pós-Graduação em Direito, em 27/12/2023, às 11:05, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento na Instrução da Reitoria 0003/2016 da Universidade de Brasília.



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site http://sei.unb.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador 10730438 e o código CRC D6FD1D31.

Para Cinthia e Ralph.

AGRADECIMENTOS

Estudar na UnB era um sonho que parecia distante, mas, que se concretizou com o auxílio de muitas pessoas, as quais devo minha gratidão.

Primeiramente, à Profa. Inez Lopes por ter aceitado este desafio e me orientado nesta pesquisa, além de ter promovido as discussões nas aulas de Direito Internacional que em muito serviram de inspiração para investigar este tema.

À Profa. Eneá de Stutz pelo carinho e dedicação para a realização deste Minter.

Ao Prof. Alexandre Veronese e aos colegas que participaram da disciplina de temas de Direito, Internet e Sociedade, cujos debates contribuíram para a leitura do ciberespaço.

Ao Prof. José Geraldo por ter transformado a nossa visão sobre o Direito, através do Direito Achado na Rua.

À servidora Aline Portela pela presteza e acompanhamento da turma durante este período.

Não poderia esquecer do Prof. Sérgio Figueira, da Unifap, por ter me incentivado a persistir na vida acadêmica.

Ao Ifap, especialmente aos servidores da PROEPPPI, extensível ao Tribunal de Justiça do Estado do Amapá e à Escola Judicial do Amapá, cuja atuação foi fundamental na construção e concretização deste Minter.

Aos meus pais, por nunca terem desistido de investir na minha educação.

À minha esposa e amiga, Cinthia Coutinho, por ter me amparado neste tempo, e multiplicado as qualidades de mãe para que eu pudesse me dedicar à pesquisa. Ao meu pequeno Ralph, pela motivação diária, porque sem ele qualquer perspectiva de futuro não faz sentido.

“A informação certa, na hora certa,
é mais mortal do que qualquer arma.”

(Collins, *Westworld*)

*[...] There's no dignity in death
To sell the world your last breath
We're still fighting
Over everything you left
I saw you standing at the gates
When Marlon Brando passed away
You had that look upon your face
Advertising space
No one learned from your mistakes
We let our prophets go to waste
All that's left in any case
Is advertising space [...]*

(*Advertising space*, Robbie Williams)

RESUMO

Esta pesquisa visa investigar e discutir a agenda brasileira no combate à desinformação nas mídias sociais. A investigação parte da premissa de como as transformações da Quarta Revolução Industrial e o Capitalismo de Vigilância possibilitaram a reestruturação do ambiente *on-line* e o surgimento de um novo imperativo econômico, que resultou na ascensão das mídias sociais e em problemas como o fenômeno da desinformação. A pesquisa é qualitativa e tem enfoque epistemológico-hermenêutico, por buscar interpretar o fenômeno juridicamente, mas, com suporte em outras áreas do conhecimento. Fundamenta-se na análise bibliográfica e documental, por utilizar como aportes teóricos, os estudos que tratam sobre a desinformação e as características do ciberespaço, assim como a análise documental de leis, projeto de lei, decreto, resoluções e decisões judiciais que retratem a atuação do poder público na construção da agenda brasileira. A escolha metodológica foi a análise da atividade legislativa, exercida na elaboração do Projeto de Lei nº 2630/2020, e na atuação do Supremo Tribunal Federal, do Tribunal Superior Eleitoral e da Presidência da República. A pesquisa possibilitou: a delimitação teórica das espécies de desinformação com fundamento na semântica da fraude; a compreensão do paradigma constitucional e a sua influência na implementação de *standards* regulatórios; a interpretação da postura regulatória brasileira no enfrentamento à desinformação. Concluiu-se que a agenda brasileira no combate à desinformação já iniciou a ser formulada, entretanto, ainda não há consenso sobre o modelo regulatório-legislativo e quando ele será implementado, com isso, o controle dos danos gerados pela desinformação segue extremamente dependente da atuação do Poder Judiciário. Logo, é preciso conceber o Direito como meio de inovação, refletir e investir em novos modelos regulatórios compatíveis com fenômenos sem precedentes, como é o caso da desinformação nas mídias sociais.

Palavras-chave: desinformação; mídias sociais; PL 2630/2020; *standards* regulatórios; Capitalismo de Vigilância.

ABSTRACT

This research aims to investigate the Brazilian program towards the combat against the disinformation in the social medias. The investigation starts from the premise about how the transformations of the Fourth Industrial Revolution and the Surveillance Capitalism enabled the restructuring of the on-line environment and the emergence of a new economic imperative, which resulted in the rising of the social medias and in problems such as the phenomenon of the disinformation. The research is qualitative and has an epistemological-hermeneutical focus, for its search for the legal interpretation of this phenomenon, but with support on the other areas of knowledge. It is based on a bibliographic and documental analysis, for using, as theoretical input, the studies which address to the disinformation and the characteristics of the cyberspace, as well as the analysis of laws, a draft law, a decree, resolutions and judicial decisions that depict the action of the public authorities in the construction of the Brazilian program. The methodological choice was the analysis of the legislative activity, applied in the elaboration of the Draft Law n° 2630/2020, and in the exercise of the Supreme Federal Court, of the Superior Electoral Court and of the Republic Presidency. The research enabled: the theoretical delimitation of the kinds of disinformation as a foundation on the semantic of the fraud; the understanding of the constitutional paradigm and its influence in the implementation of regulatory standards; the interpretation of the Brazilian regulatory position in the confrontation of the disinformation. It was concluded that the Brazilian program towards the combat to the disinformation has already started to be formulated, however, there is no consensus yet about the regulatory-legislative model and when it will be implemented, and thereby, the control of the damages occasioned by the disinformation continues extremely reliant of the action of the Judiciary Branch. Thus, it is necessary to conceive Law as a means of innovation, to reflect and to invest in new regulatory models, compatible with unprecedented phenomena, such as the case of the disinformation in the social medias.

Keywords: disinformation; social medias; DL 2630/2020; regulatory standards; Surveillance Capitalism.

LISTA DE SIGLAS

ADI	Ação Direta de Inconstitucionalidade
ADMs	Armas de Destruição Matemáticas
AGU	Advocacia-Geral da União
CDA	<i>Communications Decency Act</i>
CRFB/1988	Constituição da República Federativa do Brasil de 1988
DMA	<i>Digital Markets Act</i>
DSA	<i>Digital Services Act</i>
EUA	Estados Unidos da América
IFCN	<i>International Fact Checking Network</i>
LGPD	Lei Geral de Proteção de Dados
MCI	Marco Civil da Internet
NetzDG	<i>Netzwerkdurchsetzungsgesetz</i>
OMPI	Organização Mundial de Propriedade Intelectual
ONU	Organização das Nações Unidas
PCD	Programa de Combate à Desinformação
PL 2630/2020	Projeto de Lei nº 2.630 de 2020
PNDD	Procuradoria Nacional de Defesa da Democracia
STF	Supremo Tribunal Federal
STJ	Superior Tribunal de Justiça
UE	União Europeia

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Demonstrativo do interesse de pesquisa no <i>Google</i> Pesquisar, dos termos “PL 2630”, “PL fake News”, “pl censura” e “PL da censura”	133
--	-----

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	12
1 CIBERESPAÇO, MÍDIAS SOCIAIS E A CULTURA DA DESINFORMAÇÃO.....	16
1.1 A QUARTA REVOLUÇÃO INDUSTRIAL: ANÁLISE PROSPECTIVA DA SOCIEDADE.....	22
1.2 O CAPITALISMO DE VIGILÂNCIA: EXTRAÇÃO, PREDIÇÃO E INTERVENÇÃO.....	24
1.3 A CULTURA DA DESINFORMAÇÃO X <i>FAKE NEWS</i>	27
1.3.1 Os “nós” da desinformação.....	36
1.3.2 Os danos da desinformação.....	39
1.4 ALGORITMOS.....	41
1.5 TERMOS DE SERVIÇO, TERMOS DE RENDIÇÃO OU “INCONTRATOS”	44
1.5.1 Do Google.....	45
1.5.2 Da Meta.....	48
1.5.3 Do Twitter/X.....	51
2 O PARADIGMA DA LIBERDADE DE EXPRESSÃO E OS STANDARDS REGULATÓRIOS.....	57
2.1 O PARADIGMA DA LIBERDADE DE EXPRESSÃO.....	58
2.2 MODELOS REGULATÓRIOS: AUTORREGULAÇÃO, REGULAÇÃO DIRETA PELO ESTADO E AUTORREGULAÇÃO REGULADA.....	76
2.3 CONFIGURANDO A REGULAÇÃO: O PODER DA INFRAESTRUTURA DIGITAL BASEADA EM PLATAFORMA.....	80
2.4 OS <i>STANDARDS</i> REGULATÓRIOS.....	84
2.4.1 Limitação do discurso: remoção de postagens, redução de alcance e suspensão, exclusão ou bloqueio de contas.....	84
2.4.2 Códigos de conduta.....	86
2.4.3 Combatendo a desinformação com mais informação: correção de informações, rotulagens, agências e comunidades de <i>fact-checking</i>.....	88

2.4.4	Empoderamento individual: alfabetização midiática ou digital.....	91
2.4.5	Outras soluções.....	93
2.4.6	As recomendações da Organização das Nações Unidas.....	94
3	A AGENDA BRASILEIRA NO COMBATE À DESINFORMAÇÃO NAS MÍDIAS SOCIAIS.....	97
3.1	O PROJETO DE LEI Nº 2.630/2020.....	98
3.1.1	Eixos temáticos do PL 2630/2020.....	100
3.1.2	Visão geral do PL 2630/2020a.....	119
3.1.3	Visão geral do PL 2630/2020b.....	120
3.1.4	Visão geral do PL 2630/2020c.....	120
3.1.5	A reação das plataformas digitais.....	123
3.2	A ATUAÇÃO DO SUPREMO TRIBUNAL FEDERAL.....	134
3.2.1	A atuação jurisdicional do Supremo Tribunal Federal.....	134
3.2.2	O programa de combate à desinformação.....	138
3.3	A ATUAÇÃO DO TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL.....	139
3.4	PROPOSTAS DA PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA.....	143
3.4.1	Atribuições da Advocacia-Geral da União.....	143
3.4.2	A campanha #BrasilContraFake.....	144
3.5	A AGENDA BRASILEIRA NO COMBATE À CULTURA DA DESINFORMAÇÃO NAS MÍDIAS SOCIAIS: EXTRAÇÃO, PREDIÇÃO E INTERVENÇÃO.....	145
	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	149
	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	157
	REFERÊNCIAS DOCUMENTAIS.....	163
	ANEXO A – PL 2630/2020a, TEXTO INICIAL DO PROJETO.....	172
	ANEXO B – PL 2630/2020B, REDAÇÃO APÓS A VOTAÇÃO NO SENADO FEDERAL.....	184
	ANEXO C – PL 2630/2020C, REDAÇÃO ATUAL DO PROJETO, NA CÂMARA DOS DEPUTADOS.....	198

INTRODUÇÃO

Quando os conquistadores espanhóis chegaram nas “novas” terras, os povos indígenas não possuíam nenhum quadro de referência para compreender a gravidade da situação, e projetar qual seria o futuro deles a partir daquele momento, o acontecimento era um fato sem precedentes¹, que reorganizaria, ou até destruiria aquele modelo de vida. Como eles iriam ver e interpretar este acontecimento? Naturalmente, eles só conseguiam ver pelas suas lentes atuais, que projetavam, no presente, uma expectativa a partir do que foi vivenciado no passado.

De maneira não tão brusca quanto o início do processo de colonização, as transformações instituídas pelas inovações e pelas Revoluções Industriais vêm reordenando os modos de produção e impactando no padrão de vida da sociedade.

Atualmente, na Quarta Revolução Industrial, as transformações estão fundamentadas no processo de digitalização, na otimização da internet, na integração da vida com as aplicações no ciberespaço e no emprego da inteligência artificial. Tudo isso desfigura não só o modo como fazemos as coisas, ou em qual velocidade, mas interfere nos atributos do próprio ser (humano)².

O desenvolvimento das aplicações no ciberespaço, em geral, facilita a resolução de problemas do cotidiano, por isso, há um processo de naturalização e incorporação destes recursos na vida diária.

Ao refletir sobre as mídias sociais e as ferramentas de busca, que integram este distinto grupo de aplicações, pode-se perceber que elas não surgiram subitamente, igual aos conquistadores espanhóis, contudo, foram — cuidadosamente — inseridas no convívio social, e só obtiverem lugar de destaque porque o próprio ser humano interage com elas, as plataformas digitais dependem de *feedback*.

Gradativamente, a sociedade deixa de pesquisar para “dar um *Google*”, reduz a agradabilidade de um lugar ao “instagramável”, e aglutina as suas possibilidades de comportamento ao curtir, compartilhar e (re) “*tweetar*”. Para além das fronteiras semânticas, a ascensão das mídias sociais interfere na concepção do ser³, pois passa-se a se questionar se uma pessoa física é o que é, ou o que a quantidade de seguidores diz que ela é, ou se determinado estabelecimento é bom, de fato, ou se os elementos qualitativos não importam, e sim a avaliação quantificada que se tem sobre ele.

¹ZUBOFF, Shoshana. **A era do Capitalismo de Vigilância**: a luta por um futuro humano na nova fronteira do poder. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2021. *E-book*.

²SCHWAB, Klaus. **A Quarta Revolução Industrial**. Tradução de Daniel Moreira Miranda. São Paulo: Edipro, 2016.

³*Ibid.*

Desse modo, o processo de normalização do incomum dificulta o reconhecimento da gravidade da situação e dos riscos que ela gera (assim como ocorreu na colonização), por isso, o senso comum tende a ignorar as ameaças provocadas pelas aplicações, porque o processo de naturalização foi eficiente em convencer de que as vantagens se sobressaem às desvantagens.

Contudo, se o modo de surgimento resguarda diferenças dos conquistadores espanhóis, há um elemento importante em comum, a vontade humana. Há um desígnio por detrás, a vontade de dominar novas terras, de renderizar o mundo⁴.

Ocorre que esse domínio depende da expropriação do mundo físico e de tudo que exista nele que possa ser transformado em receita. Dessa maneira surgiu o imperativo econômico de colonização do comportamento humano-rastreável e transformável em dados, os quais serão utilizados para conversão em produto a ser vendido como estratégia de publicidade e de conexão entre o usuário e o anunciante.

Este é o modelo-base que caracteriza o funcionamento das plataformas, logo percebeu-se que, se era possível vender produtos em conexão direta com um potencial comprador, também seria possível vender ideias e fatos, ou de outro modo, a pessoa poderia apenas se divertir, desordenando as informações exibidas no ciberespaço.

Neste contexto surge a desinformação nas mídias sociais, que não representa o objetivo de criação das plataformas, mas foram expropriadas para este comportamento, que permaneceu um tempo considerável sem a devida atenção do Estado.

O interesse em combater a desinformação só foi amplificado quando as suas consequências começaram a aparecer em conflitos internacionais, na discussão de temas de interesse público e, em especial, nas eleições presidenciais.

A sua visão como ameaça é prejudicada por visões teóricas já estabelecidas, como a teoria do livre mercado de ideias, entretanto, o pensamento tradicional pode estar ignorando a própria concepção participativa-democrática do mercado.

Porque o mercado “livre” tem a sua noção de liberdade mitigada, se a posição preferencial-visual do produto for comprada pelo comerciante que tiver mais recursos, dessa maneira, o mercado será mais livre para uns do que para outros. As plataformas funcionam de maneira semelhante, o que nos leva a refletir sobre a adequação das teorias tradicionais para a solução de problemas provocados pelas aplicações no ciberespaço.

⁴ZUBOFF, Shoshana. **A era do Capitalismo de Vigilância**: a luta por um futuro humano na nova fronteira do poder. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2021. *E-book*.

Não obstante, as investidas regulatórias ainda são limitadas pelo binarismo censura X liberdade de expressão⁵, por ser um fenômeno sem precedentes, tais quais os povos indígenas, tenta-se interpretar o acontecimento pelas lentes do passado e, por analogia, experimentam-se medidas regulatórias que, considerando as qualidades do ciberespaço, podem não ser tão efetivas.

Mesmo assim, seja por negligência ou desconhecimento sobre os danos, muitos Estados não têm priorizado o enfrentamento à desinformação, o que afeta a sua postura regulatória e nos conduz à análise da posição do Brasil que, a princípio, não possui uma abordagem clara quanto à regulação da desinformação.

Diante disso, a pesquisa é orientada para a resolução do seguinte problema científico: como se desenvolve a agenda brasileira no combate à desinformação nas mídias sociais?

Tendo em vista o problema científico, o objetivo geral é de avaliar a agenda brasileira no combate à desinformação nas mídias sociais.

Os objetivos específicos consistem em:

- a) Caracterizar a desinformação, consoante os atributos do ciberespaço e das mídias sociais;
- b) Analisar o paradigma da liberdade de expressão e a sua conformidade com os *standards* regulatórios;
- c) Investigar a construção da agenda brasileira no combate à desinformação nas mídias sociais.

Com fundamento na lógica da inexistência de precedentes, a pesquisa visa investigar e contribuir para o estado da arte da compreensão da desinformação, e para a concepção crítica que transcenda a visão analógica do Direito, principalmente, no tratamento de fenômenos pós-modernos.

A contribuição social da pesquisa se direciona em refletir sobre a gravidade dos danos provocados pela desinformação, que tem se manifestado em escala mundial, pela investigação de *standards* regulatórios adequados para enfrentar o problema e pela introspecção sobre o Direito, como meio de tutela de direitos e garantias fundamentais.

A pesquisa é qualitativa, pois visa-se analisar o fenômeno em função dos seus atributos e significados, sem produzir resultados quantificáveis-estatísticos, e considerando a interação de outras áreas do conhecimento com o Direito, e a necessidade de interpretá-las com aplicabilidade jurídica, o enfoque da pesquisa é epistemológico-hermenêutico.

⁵JANKOWICZ, Nina. **How to Lose The Information War**: Russia, Fake News, and the Future of Conflict. London: I. B. Tauris, 2020.

A pesquisa fundamenta-se em análise bibliográfica e documental, por utilizar de aportes teóricos relacionados ao tema, associando-os à análise de leis, projeto de lei, decretos, resoluções e decisões judiciais, que retratem a atuação do poder público na construção da agenda brasileira. As fontes referenciadas permitirão constituir lentes que facilitarão a leitura do fenômeno, em consonância com as propriedades do ciberespaço, do Capitalismo de Vigilância e das transformações características da Quarta Revolução Industrial.

Neste sentido, a pesquisa está estruturada em três capítulos:

No capítulo um, qualifica-se as discussões regulatórias e os atributos do ciberespaço, analisando como eles contribuem para os danos e para a disseminação da desinformação. Seguidamente, efetua-se a classificação taxonômica da desinformação, ao identificar três espécies de manifestação. Por fim, selecionam-se três plataformas como amostra — o *Google*, a *Meta* e o *Twitter/X* —, para avaliar os seus termos e políticas sobre a desinformação;

No capítulo dois, discute-se sobre o paradigma da liberdade de expressão e investiga-se sobre como ele interfere na definição de um modelo regulatório. Além disso, aborda-se sobre as alternativas de modelos regulatórios e os eventuais *standards* que podem ser incorporados neles;

No terceiro e último capítulo, tendo em vista a capacidade do Poder Legislativo em inovar a ordem jurídica e o entendimento de que o parâmetro regulatório deve advir de lei específica, analisa-se como prioridade o Projeto de Lei nº 2630/2020 (PL 2630/2020), em três versões distintas, as quais refletem a interpretação, a discussão e a votação ocorrida nas casas legislativas, sendo: o texto inicial do projeto; a redação após a apreciação do Senado Federal; e a proposta de texto apresentada na Câmara dos Deputados, pelo Relator e Deputado Federal Orlando Silva. Complementarmente, considerando a atuação do poder público nas demais esferas, examina-se a atuação do Supremo Tribunal Federal (STF), do Tribunal Superior Eleitoral (TSE) e da Presidência da República.

1 CIBERESPAÇO, MÍDIAS SOCIAIS E A CULTURA DA DESINFORMAÇÃO

Este capítulo visa qualificar o ambiente virtual em que a desinformação se manifesta, ao avaliar de que maneira as características do ciberespaço (incluindo as mídias sociais) têm contribuído para o progresso e a consequente consolidação da cultura da desinformação na sociedade. Continuamente, é necessário efetuar a delimitação teórica da cultura da desinformação, relacionando-a com as intituladas *Fake News*, a fim de viabilizar a demarcação do fenômeno da pesquisa.

A capacidade criativa do ser humano permitiu que ocorresse grandes mudanças na sociedade, especialmente no modo em que ela se estrutura. Algumas criações geraram reflexos que induziram a marcar, historicamente, aqueles momentos como “Revolução Industrial”: a Primeira Revolução Industrial, caracterizada pelo início da “produção mecânica”, em virtude das rodovias e invenção das máquinas a vapor; a Segunda, pela “produção em massa”, em função da eletricidade e da utilização de linhas de montagem; a Terceira, a “Revolução Digital”, reconhecida pela geração de semicondutores e da computação⁶.

Tendo em vista a relevância do processo criativo, passou-se a associá-lo à noção de propriedade, permitindo ao Direito regular as formas de sua utilização ou não-utilização, conforme o escopo destinado ao conceito de propriedade intelectual.

A Organização Mundial de Propriedade Intelectual⁷ (OMPI) define a propriedade intelectual a partir dos direitos relativos às diversas espécies de criações humanas: como descobertas científicas; obras literárias, artísticas e científicas; desenhos e modelos industriais; invenções em todos os domínios da atividade humana, dentre outros.

Desse modo, o processo criativo é essencial para as inovações na sociedade, e o Direito exsurge como recurso regulador destes aspectos.

Com o advento da Terceira Revolução Industrial, o desenvolvimento das estruturas de *hardware*, da computação pessoal e da internet⁸, houve o aperfeiçoamento das redes de

⁶SCHWAB, Klaus. **A Quarta Revolução Industrial**. Tradução de Daniel Moreira Miranda. São Paulo: Edipro, 2016, p. 18.

⁷ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA PROPRIEDADE INTELECTUAL. **Convenção que institui a Organização Mundial da Propriedade Intelectual**, de 14 de julho de 1967. Genebra: 2002. Disponível em: https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/pt/wipo_pub_250.pdf. Acesso em: 03 nov. 2023.

⁸SCHWAB, *op. cit.*

comunicação, da armazenagem e do intercâmbio de dados, que logo facilitou o surgimento do comércio eletrônico internacional, que produziria uma economia digital em escala global⁹.

A partir da Quarta Revolução Industrial, as inovações na computação e nas aplicações aprofundaram o movimento de transformação digital na sociedade que, conseqüentemente, promoveu vários avanços em diferentes domínios, em contrapartida, novas questões passaram a suscitar o debate (além da propriedade intelectual), por exemplo, os direitos relativos à privacidade, à autonomia, ao controle do discurso público, do exercício da liberdade de expressão e, especialmente, a desinformação.

Apesar da transformação digital promover condições de vida mais favoráveis, ao mesmo tempo, ela expõe a diversos perigos, existe a relação de custo x benefício, bem-estar x riscos e uso x abuso (de poder) que precisa ser avaliada juridicamente.

Hofmann-Riem¹⁰ observa que a inovação digital tem se desenvolvido sobre arranjos obsoletos, e induz a nos questionarmos sobre a adequação das estruturas sociais tradicionais para tratar dos problemas gerados por esse movimento, principalmente diante dos princípios e objetivos do Estado Democrático de Direito. Nesta perspectiva, Reidenberg reconhecia que “o Direito sempre é ultrapassado pela tecnologia”¹¹.

O aperfeiçoamento da computação e a “popularização” da internet permitiram que a sociedade passasse a se relacionar em um novo ambiente virtual, o ciberespaço.

O ciberespaço possibilita à sociedade realizar interações a partir de uma rede global de infraestrutura, para satisfazer necessidades comerciais, políticas ou de entretenimento, as quais podem caracterizarem-se como benéficas ou maléficas¹².

Berman¹³ retrata o funcionamento da arquitetura do ciberespaço, que é construída a partir dos comandos contidos nos códigos de *software*, operados por tecnologia e ajustáveis conforme as aplicações.

⁹FARIAS, Inez Lopes Matos Carneiro de. **A Proteção do Consumidor Internacional no Comércio Internacional Eletrônico**. 2002. Dissertação (Mestrado em Direito) – Faculdade de Direito, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2022.

¹⁰HOFFMAN-RIEM, Wolfgang. **Teoria Geral do Direito Digital: transformação digital: desafios para o direito**. 2 ed. Rio de Janeiro: Forense, 2022.

¹¹REIDENBERG, Joel R. Lex informatica: The formulation of information policy rules through technology. **Texas Law Review**, v. 76, p. 553-594, 1998. Disponível em: https://ir.lawnet.fordham.edu/faculty_scholarship/42/. Acesso em: 13 abr. 2023, p.566. “the law always lags behind the technology”.

¹²*Ibid.*

¹³BERMAN, Paul Schiff. **Law and Society Approaches to Cyberspace**. Ashgate publishing, 2007. Disponível em: https://scholarship.law.gwu.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1085&context=faculty_publications. Acesso em: 14 abr. 2023.

Diante disso, é conveniente analisar: se, essencialmente, as interações humanas permanecem as mesmas, alterando-se apenas o ambiente – virtual/codificado – em que elas ocorrem, qual seria o elemento distintivo apto a justificar o tratamento jurídico diferenciado para essas relações? O que justificaria a necessidade de regulação especial? A propósito, ela é mesmo necessária?

A partir de problemáticas como essas, nas últimas décadas, muitos estudiosos aprofundaram as investigações sobre a relação entre o Direito, o ciberespaço e a sociedade.

Berman¹⁴ resume o posicionamento desses estudiosos em três gerações distintas. Na primeira geração, os não-excepcionalistas não identificavam elemento distintivo, nas relações *on-line*, que justificasse a alteração do quadro jurídico; noutro sentido, os excepcionalistas conseguiam vislumbrar novos problemas criados pelo ciberespaço, que demandavam processos analíticos mais profundos; ainda nesta geração, fundamentando-se na (in) tangibilidade da regulação do ciberespaço, os ciberlibertários defendiam o ciberespaço como um ambiente não-regulável, independente, e imune às soberanias estatais, conforme expresso na Declaração de Independência do Ciberespaço, apresentada por John Perry Barlow¹⁵.

As ideias ciberlibertárias foram combatidas pela corrente denominada de ciberpaternalistas, os quais vislumbravam que a não-regulação, ou a estrita autorregulação, era inadequada, pois poderia favorecer a prática de atividades prejudiciais para toda a rede, além disso, não significava que o ciberespaço era inatingível pelas jurisdições estatais, mas que tocavam à várias jurisdições ao mesmo tempo¹⁶.

Destarte, neste primeiro momento, os estudiosos se orientavam em direções diametralmente opostas, entre a desnecessidade de alteração jurídica fundada no *ambiente on-line*, que corroborava a dispensabilidade de regulação pelo Estado; e pela imperatividade de análise jurídica em razão das alterações criadas pelo ciberespaço, induzindo à substancial e consequente regulação estatal.

Na segunda geração, os estudiosos detinham visão mais cética sobre a regulação *on-line*, enquanto compreendiam o empoderamento individual nas redes com maior moderação, e

¹⁴BERMAN, Paul Schiff. **Law and Society Approaches to Cyberspace**. Ashgate publishing, 2007. Disponível em: https://scholarship.law.gwu.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1085&context=faculty_publications. Acesso em: 14 abr. 2023, p. xv-xviii.

¹⁵BARLOW, John Perry. **A declaration of Independence of Cyberspace**. Disponível em: <https://www.eff.org/cyberspace-independence>. Acesso em: 14 abr.2023. “I come from Cyberspace, the new home of Mind. [...] You have no sovereignty where we gather. [...] I declare the global social space we are building to be naturally independent of the tyrannies you seek to impose on us. [...]”

¹⁶MURRAY, Andre D. Nodes and gravity in virtual space. **Legisprudence: International Journal for the Study of Legislation**, Hart Pub., v. 5, n. 2, out./2001, p. 195-221. Disponível em <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.5235/175214611797885684>. Acesso em: 14 abr. 2023.

começaram a perceber novas possibilidades para a regulação do comportamento *on-line* (além da tradicional Estado – norma jurídica – sociedade), a partir dos instrumentos da própria arquitetura da rede, haja a vista a possibilidade de executar comandos pré-programados por *software*¹⁷.

Recentemente, na terceira geração, é notória a associação de alguns elementos já discutidos anteriormente, os estudiosos reconhecem que o ciberespaço fornece componentes intensamente diferentes, aptos a provocar alterações substanciais na sociedade, paralelamente, são apreensivos quanto às questões envolvendo as estruturas técnicas de rede e o poder privado, cujas forças majoritárias objetivam transformar a internet em uma imensa rede de aparelhos conectados¹⁸.

Retornando, e persistindo nos questionamentos iniciais, o que (realmente) há de novidade aqui? E, mais precisamente, qual a relação entre a cultura da desinformação, o ciberespaço e as mídias sociais?

A respeito disso, Balkin¹⁹ é crítico desta visão, de que os estudos envolvendo a internet e as tecnologias digitais deve partir do “novo”, porque eventualmente, encontraríamos e aplicaríamos elementos análogos preexistentes que esvaziariam o conceito e, como não haveria novidade — possivelmente — se chegaria à conclusão de que aquele desenvolvimento tecnológico não é importante para o Direito, porque não chegou a promover mudanças relevantes. Para ele, é mais adequado buscarmos compreender a relevância daquele aspecto, e avaliar quais os elementos sociais ficaram mais notáveis e podem ser problematizados, diante do surgimento das novas tecnologias.

A crítica de Balkin é compreensível, sobretudo quando é possível associar um caso análogo precedente para suprimir uma questão que parecia disruptiva, entretanto, sem discordar (totalmente) do autor, o ponto fundamental é que a nova configuração social imposta pela

¹⁷BERMAN, Paul Schiff. **Law and Society Approaches to Cyberspace**. Ashgate publishing, 2007. Disponível em: https://scholarship.law.gwu.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1085&context=faculty_publications. Acesso em: 14 abr. 2023.

¹⁸*Ibid.*

¹⁹BALKIN, Jack M. Digital speech and democratic culture: A theory of freedom of expression for the information society. **New York University Law Review**, v. 79, p. 2, 2004. Disponível em: http://digitalcommons.law.yale.edu/fss_papers/240/. Acesso em: 14 abr. 2023. “In studying the Internet, to ask “What is genuinely new here?” is to ask the wrong question. If we assume that a technological development is important to law only if it creates something utterly new, and we can find analogues in the past—as we always can—we are likely to conclude that because the development is not new, it changes nothing important” [...] Instead of focusing on novelty, we should focus on salience. What elements of the social world does a new technology make particularly salient that went relatively unnoticed before? What features of human activity or of the human condition does a technological change foreground, emphasize, or problematize?”.

cultura da desinformação nas mídias sociais, não é só uma questão nova, mas é essencialmente “sem precedentes”²⁰.

Sendo assim, o ineditismo desta relação é um dos elementos que torna relevante e problematiza o fenômeno da pesquisa. A ausência de antecedentes históricos é que, justamente, caracteriza e dá notoriedade a esse quadro social, porque induz a analisar como a sociedade vai enfrentar esta ameaça desconhecida, e, por conseguinte, dispor dos instrumentos jurídicos adequados.

Desse modo, a pesquisa visa contribuir com a análise do fenômeno da desinformação, ao relacionar os aspectos jurídicos, tecnológicos e sociais relevantes e, finalmente, discutir a agenda brasileira prospectada para o combate à desinformação nas mídias sociais.

A sociedade nunca esteve tão conectada às aplicações do ciberespaço, ocorre a fusão de recursos humanos e tecnológicos, de realidade e imaginação, entre o que é vida real e o que é virtual, “todos tornam-se ciborgues”²¹.

No Brasil, as mídias sociais correspondem à categoria de serviço digital mais consumida (considerando a quantidade de tempo dedicado pelos usuários), conforme dados da *Comscore*, o brasileiro destina em média 46 horas por mês, o que caracteriza o Brasil como o 3º país que mais consome mídia social no mundo, sendo ultrapassado apenas pela Índia e pela Indonésia. Neste cenário, das plataformas de mídia social, o *Youtube* (média de 12,22 horas por mês), o *Facebook* (9,08 horas por mês) e o *Instagram* (14,44 horas por mês) são as mais acessadas, o *Twitter/X* — será referenciado dos dois modos, pois, no transcurso da pesquisa, mudou o nome para “X”²² — ocupa a 6ª posição, com média de 2,49 horas por mês²³.

Num passado recente, foi realizado o juízo dessa interação com o emprego do termo *Black Mirror*, em referência à produção audiovisual em série veiculada pela empresa de *Streaming Netflix*, que faz alusão às telas e espelhos pretos que estão presentes em quase todo o lugar, através de *smartTVs*, *smartphones*, computadores, *tablets* e *smartwatches*, os quais são *hosts* das mídias sociais e apresentadores de conteúdos *on-line*.

²⁰ZUBOFF, Shoshana. **A era do Capitalismo de Vigilância**: a luta por um futuro humano na nova fronteira do poder. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2021. *E-book*, local.72

²¹BRASILEIRO, Felipe Sá; AZEVEDO, Jade Vilar de. Novas práticas de linchamento virtual: fachadas erradas e cancelamento de pessoas na cultura digital. **Revista latinoamericana de ciencias de la comunicación**. São Paulo, v.19, n.34, p. 80-91 mai./ago. 2020. Disponível em: <http://revista.pubalaic.org/index.php/alaic/article/view/640>. Acesso em: 15 abr. 2023, p.82.

²²COUNTS, Aisha; LEVINE, Jesse. By Turning Twitter Into X, Elon Musk Risks Killing Billions in Brand Value. **Time**. 2023. Disponível em: <https://time.com/6297303/twitter-x-rebrand-cost/>. Acesso em: 04. dez. 2023.

²³COMSCORE. **Tendências digitais 2023**. Disponível em: <https://www.comscore.com/por/Insights/Apresentacoes-e-documentos/2023/Tendencias-Digitais-2023>. Acesso em: 18 jul. 2023.

Todavia, ultimamente, há uma conexão mais profunda ainda entre o *on-line* e o *off-line*, aquilo que era somente um espaço virtual, passa a ocupar ambientes físicos da sociedade, principalmente a partir do desenvolvimento da “internet das coisas” e da inteligência ambiental, Hoffmann-Riem²⁴ identifica que é a chegada do *on-life*. A conexão com a rede não está mais somente em telas, mas, em eletrodomésticos, câmeras, veículos, vestimentas e quaisquer outras criações que possam ter aproveitamento econômico.

As transformações na esfera digital possibilitaram que a denominada sociedade da informação utilizasse esse ambiente para se expressar e se informar (e desinformar). Num primeiro momento, ao analisarmos o termo desinformação, e o associarmos à falsidade ou omissão de informação, chegaremos à conclusão de que não há nada de novo aqui, a mentira/omissão é uma prática social bastante antiga, entretanto, outrora não era possível disseminar desinformação da maneira como ocorre hoje.

A postagem de conteúdo pode ser realizada de maneira instantânea, com efeitos semipermanentes e de forma ubíqua²⁵. A informação flui independentemente de barreiras linguísticas ou territoriais²⁶ e é acessível a partir de dispositivos móveis. As transformações na esfera digital e os impactos da utilização nas mídias sociais distorcem os parâmetros tradicionais de tempo e espaço, ademais, a maioria das pessoas com conhecimento mediano, acerca da utilização destes recursos, consegue propagar informação através dos seus perfis, contas e páginas, correspondendo à representação do *Citizen journalism*²⁷.

Com o poder da informação pulverizado na sociedade, é evidente que enseja mais formas de exercício da liberdade de expressão, por outro lado, aumenta as chances de abuso deste poder.

Ante o exposto, é razoável considerar que as mudanças sociais impostas pela internet, e pelas aplicações do ciberespaço, alteraram profundamente a realidade sociojurídica, o que nos remete, novamente, aos debates originais entre excepcionalistas e não-excepcionalistas, entre ciberlibertários e ciberpaternalistas, na busca de encontrar a configuração ideal entre o Direito,

²⁴HOFFMAN-RIEM, Wolfgang. **Teoria Geral do Direito Digital**: transformação digital: desafios para o direito. 2 ed. Rio de Janeiro: Forense, 2022, p. 27-28.

²⁵SCHWAB, Klaus. **A Quarta Revolução industrial**. Tradução de Daniel Moreira Miranda. São Paulo: Edipro, 2016. p.19

²⁶REIDENBERG, Joel R. Governing Networks and Rule-making in Cyberspace. 45 **Emory Law Journal**. 911, 1996. Disponível em: https://ir.lawnet.fordham.edu/faculty_scholarship/29/. Acesso em: 15 abr. 2023.

²⁷WALL, Melissa. **Citizen Journalism**: practices, propaganda, pedagogy. London: New York: Routledge, 2019. *E-book*.

a internet e a sociedade²⁸, como se o Direito fosse um *software* que “roda” na internet, para proteger e realizar os interesses do usuário (sociedade).

Ao reconhecer os riscos aos direitos fundamentais e aos princípios democráticos transportados pela era digital, Canotilho²⁹ relaciona os direitos fundamentais como se fossem árvores, e o ambiente social-virtual como florestas e, conseqüentemente, indica a necessidade de que os estudos envolvendo os direitos fundamentais na era digital se fundamentem, inclusive, no conhecimento sobre a floresta.

Diante disso, admitindo a indispensabilidade de conhecer o ambiente virtual em que a cultura da desinformação se manifesta, duas visões são estruturantes para qualificar as aplicações envolvendo a sociedade e o ciberespaço: a Quarta Revolução Industrial³⁰; e o Capitalismo de Vigilância³¹.

1.1 A QUARTA REVOLUÇÃO INDUSTRIAL: ANÁLISE PROSPECTIVA DA SOCIEDADE

Schwab³², igualmente, evidencia que a humanidade atravessa um período “sem precedentes” na história, cujas transformações digitais impõem vários desafios ao regulador. Expõe que a Quarta Revolução Industrial é diferente de tudo que já fora vivenciado, por exemplo, por haver a possibilidade da fusão e interação das tecnologias com o ambiente físico, digital e biológico.

Além disso, elenca três características³³ próprias da Quarta Revolução Industrial: a velocidade das mudanças em escala exponencial, cujas tecnologias podem gerar outras, mais aperfeiçoadas; a amplitude e profundidade que influencia no modo como a sociedade realiza as suas atividades e, até mesmo, o processo de construção da identidade; e o impacto sistêmico, capaz de transformar os sistemas em nível global.

²⁸BERMAN, Paul Schiff. **Law and Society Approaches to Cyberspace**. Ashgate publishing, 2007. Disponível em: https://scholarship.law.gwu.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1085&context=faculty_publications. Acesso em: 14 abr. 2023.

²⁹CANOTILHO, José Joaquim Gomes. Sobre a indispensabilidade de uma Carta de Direitos Fundamentais Digitais da União Europeia. **Revista do Tribunal Federal da 1ª Região**. Brasília, v.31, n.1, p. 69-75, 2019. Disponível em: <https://trf1.emnuvens.com.br/trf1/issue/view/3>. Acesso em: 16 abr. 2023, p. 69-70.

³⁰SCHWAB, Klaus. **A Quarta Revolução Industrial**. Tradução de Daniel Moreira Miranda. São Paulo: Edipro, 2016.

³¹ZUBOFF, Shoshana. **A era do Capitalismo de Vigilância: a luta por um futuro humano na nova fronteira do poder**. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2021. *E-book*.

³²SCHWAB, *op. cit.*, p. 77.

³³*Ibid.*, p. 15-16.

No entanto, assevera que “a tecnologia não é uma força externa, sobre a qual não temos nenhum controle”³⁴. Zuboff³⁵ ressalta que não significa que a sociedade da informação tenha evoluído para sua submissão à tecnologia, mas que as decisões e intervenções tecnológicas têm como alicerce a vontade humana.

Schwab não se limita a encontrar aspectos característicos de uma Revolução Industrial em andamento, para somente classificar este momento histórico, adicionalmente, sua análise tem inclinação declarada à visão estratégica e prospectiva da sociedade, visa avaliar e encontrar meios para que a sociedade possa colher mais benefícios do que se sujeitar às ameaças de escravização digital.

Diante desta perspectiva, a cultura da desinformação nas mídias sociais demanda a análise sociojurídica com perspectiva de futuro, a fim de avaliar se a transformação digital implica (rá) num progresso aceitável de reorganização social ou se encaminha para o abuso de poder de quem possui o domínio dos recursos digitais. O obstáculo é compor o arranjo equilibrado entre o exercício da liberdade de expressão, o direito à informação e outros direitos sensíveis ao caso.

Berman³⁶ correlaciona este cenário com a representação feita pela “fita de *Möbius*”, exemplificando como o Direito e a cultura se transformam de maneira complexa: as estruturas normativas criam condições favoráveis à inovação tecnológica e, em seguida, a sociedade passa a usá-la de maneira temerária, demandando novos empenhos normativos para a regulação das atividades, assim, retorna-se ao mesmo lado, mas a fita muda, de novo.

Considerando a relação entre a cultura e o Direito, a visão sobre o Capitalismo de Vigilância fornece dados significativos para interpretar as estruturas sociais, políticas, econômicas, jurídicas e tecnológicas que permeiam as aplicações atuais no ciberespaço, mormente, as mídias sociais.

³⁴SCHWAB, Klaus. **A Quarta Revolução Industrial**. Tradução de Daniel Moreira Miranda. São Paulo: Edipro, 2016. p.16.

³⁵ZUBOFF, Shoshana. **A era do Capitalismo de Vigilância: a luta por um futuro humano na nova fronteira do poder**. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2021. *E-book*.

³⁶BERMAN, Paul Schiff. **Law and Society Approaches to Cyberspace**. Ashgate publishing, 2007. Disponível em: https://scholarship.law.gwu.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1085&context=faculty_publications. Acesso em: 14 abr. 2023, p. xviii.

1.2 O CAPITALISMO DE VIGILÂNCIA: EXTRAÇÃO, PREDIÇÃO E INTERVENÇÃO

Zuboff (2021)³⁷ empreende uma jornada histórica e investigativa para desvendar o *background* da evolução do mundo digital, e como ela tem sido apropriada por grandes empresas para estabelecer um novo imperativo econômico, que denomina como Capitalismo de Vigilância. Não obstante a densidade dos estudos da autora, objetiva-se reunir os principais elementos, para subsidiar os fins desta pesquisa.

O Capitalismo de Vigilância consiste no modelo econômico de expropriação da experiência humana³⁸, que a partir de recursos tecnológicos diversos, é renderizada em dados comercializáveis com sujeitos estranhos à relação “contratual” entre a empresa e o usuário.

Uma das bases deste modelo é a obtenção de superávit comportamental, para as empresas capitalistas de vigilância, quanto mais dados, melhor, e quanto mais processamento deles, mais vantagem ainda, Zuboff identifica o *Google* como a empresa pioneira neste empreendimento e, em seguida o *Facebook*, todavia, como se trata de um novo imperativo econômico, a tendência é que a prática seja adotada por muitas outras empresas, assim como já ocorre com a *Microsoft*³⁹.

Num primeiro momento, as informações são usurpadas (juntamente com os direitos fundamentais correspondentes: liberdade, privacidade, autodeterminação) para fundamentar a análise preditiva dos interesses do usuário.

Essencialmente, a função da análise preditiva é fornecer indicadores para antecipar um comportamento futuro, os dados obtidos são equiparáveis a matérias-primas, com muito mais vantagens, porque são inesgotáveis, geram outros dados/produtos fáceis de armazenar, e tornam-se altamente lucrativos⁴⁰.

Contudo, se a usurpação da experiência humana se projeta manifestamente contra direitos e princípios democráticos, como foi possível estas empresas avançarem a este ponto? Zuboff assinala várias razões (intituladas “fortificações”): a ausência de legislação/regulação; a lentidão das instituições estatais em acompanhar os avanços tecnológicos; a influência no discurso público através da defesa da liberdade e de espaços sem lei; o habitat neoliberal que preservava a autorregulação dos mercados, o *lobby* entre as empresas capitalistas de vigilância

³⁷ZUBOFF, Shoshana. **A era do Capitalismo de Vigilância**: a luta por um futuro humano na nova fronteira do poder. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2021. *E-book*.

³⁸*Ibid.*

³⁹*Ibid.*

⁴⁰HOFFMAN-RIEM, Wolfgang. **Teoria Geral do Direito Digital**: transformação digital: desafios para o direito. 2 ed. Rio de Janeiro: Forense, 2022, p.21-24.

e os governos, especialmente durante o Governo Obama, nos Estados Unidos da América (EUA)⁴¹.

Não é como se as empresas chegassem, se apresentassem e, subitamente, sujeitassem à sociedade à dominação, tampouco às tecnologias. Primeiramente, os rumos do mercado são orientados por decisões humanas, a migração para os imperativos de vigilância foi assim. Apesar da falta de transparência ser um mecanismo de autopreservação dessas empresas, elas são capazes de criar simulacros utilitários e jurídicos para mascarar a legitimidade da relação.

Sendo assim, as aplicações disponibilizadas pelas empresas, dentre outras possibilidades, possuem certa finalidade prática, de facilitar o fluxo de informações/conexões, entreter e auxiliar nos serviços domésticos, conforme alhures mencionado, a transformação na esfera digital traz benefícios, embora sujeite à riscos.

Nas questões jurídicas, as empresas empenham-se para sujeitar o usuário ao sistema mais favorável a elas, mediante a celebração de contrato (internacional) e o estabelecimento de políticas de privacidade.

No entanto, percebe-se que os ordenamentos jurídicos, em especial, as leis antitrustes não conseguiram frear a consolidação de oligopólios, que criaram o universo em que, se a pessoa não está dentro dele, ela não existe. Logo, caso a pessoa queira acessar os recursos daquela aplicação digital, dificilmente ela conseguirá em outro lugar, e sem celebrar o “contrato”. A noção jurídica-tradicional de contrato não se adequa às pretensões dos capitalistas de vigilância por diversas razões: porque não há transparência; as obrigações recíprocas são distorcidas; as prestações, que poderiam ser livres manifestações de vontade, são coercitivas; e os benefícios são direcionados às receitas de publicidade de terceiros que não fazem parte da relação. A despossessão de dados e da privacidade são claramente incompatíveis com os princípios democráticos, por isso Zuboff qualifica o seu conteúdo como “termos de rendição” e o nomeia como “incontrato”⁴².

Com o fortalecimento das empresas e dos lucros de vigilância, somente predizer comportamentos foi se tornando insuficiente, era preciso ser preciso, garantir a certeza de lucro e intervir no comportamento, o modo de produção não era mais, simplesmente, movido pelo capital, e sim pela modificação de comportamentos.

Posteriormente, verificaram o poder de influência das emoções na rede, e de que tudo isso poderia ser usado também na área política para interferir nas eleições, tendo em vista que

⁴¹ZUBOFF, Shoshana. **A era do Capitalismo de Vigilância**: a luta por um futuro humano na nova fronteira do poder. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2021. *E-book*.

⁴²*Ibid.*

as preferências do usuário e a sua personalidade eram lidas com facilidade, baseado na sua interação com a rede, deste modo, as estruturas de redes digitais foram instrumentalizadas para um propósito maior de dominação social.

O sucesso das estratégias de dominação social requer a confluência de alguns fatores: a manutenção de padrões sociais, semelhante ao funcionamento das colmeias⁴³, que são recompensados quando replicados; o descrédito na individualidade, que deixa de ser desejável em face do surgimento de bolhas de comunidade; e a ausência de intervenção estatal regulatória.

A indiferença radical⁴⁴ é outra consequência do instrumentalismo empregado nas receitas de vigilância, e consiste na falta de interesse: a) sobre a confiabilidade do conteúdo ou informação difundida na rede, visto que a análise qualitativa não advém de fontes e/ou argumentos, e sim da quantidade de acessos, cliques e curtidas; b) da qualificação do usuário, que é apenas mais um dado na rede, pouco importa quem seja.

As mídias sociais são oferecidas como respostas às adversidades, de acesso à informação ou conexão em escala global, e conforme são utilizadas, resultam na desordem informacional, pela questionável qualidade das informações disponíveis e, na formação de bolhas e câmaras de eco que, efetivamente, consistem em conexões sociais restritas. Neste aspecto, significa que se propõe a solucionar problemas, mas os resultados gerados agravam ainda mais os problemas originários. Utilizam algoritmos para executar um ciclo vicioso de *feedback*⁴⁵.

A indiferença radical é um dos fatores que favorecem a desinformação nas mídias sociais, pois minimiza a importância da credibilidade do conteúdo e do autor. As empresas capitalistas de vigilância organizaram a estrada para o fluxo de informações, mas, não se importam com o policiamento do caminho, afinal, o lucro é gerado pelo trânsito e não pela fiscalização. Assim, quanto maior a movimentação, melhor, mais extração, predição e modificação de comportamentos.

Começou-se a questionar a vulnerabilidade do *Facebook* e do *Google* às *Fake News*, principalmente, com os acontecimentos da eleição presidencial dos EUA, em 2018, e a votação referente ao *Brexit*⁴⁶. Aliás, se as estruturas foram construídas para a modificação

⁴³ZUBOFF, Shoshana. **A era do Capitalismo de Vigilância**: a luta por um futuro humano na nova fronteira do poder. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2021. *E-book*.

⁴⁴*Ibid.*, *passim*.

⁴⁵O'NEIL, Cathy. **Algoritmos de destruição em massa**: como o Big Data aumenta a desigualdade e ameaça a democracia. Tradução de Rafael Abraham. Santo André: Editora rua do Sabão, 2020. *E-book*, local. 51.

⁴⁶*Ibid.* local. 357.

comportamental, é congruente esperar que as campanhas de desinformação possam atingir esses resultados.

Zuboff chega à constatação que:

Embora ainda seja possível imaginar a modificação comportamental automatizada sem o capitalismo de vigilância, não é possível imaginar o capitalismo de vigilância sem o casamento da modificação de comportamento com os meios tecnológicos para automatizar sua aplicação (Zuboff, 2021, local. 357).

Isso posto, considerando que as mídias sociais correspondem a um dos fenômenos a serem investigados na pesquisa, percebe-se a importância de levar em consideração os elementos que interferem na floresta. A equação é mais complexa do que a paridade transformação digital X regulação, porque envolve os imperativos de ordem econômica, influências políticas, sociais, culturais e as ambições humanas para o futuro.

Uma vez conhecidas as condições ambientais das mídias sociais, é fundamental discorrer sobre a cultura da desinformação e a sua relação com a *Fake News*.

1.3 A CULTURA DA DESINFORMAÇÃO X *FAKE NEWS*

A escolha metodológica da utilização do termo “cultura da desinformação” demonstra o caminho teórico adotado para a abordagem do fenômeno da pesquisa, o qual será detalhado nesta seção.

Um dos pressupostos lógicos desta pesquisa é a possibilidade de a cultura da desinformação representar risco à sociedade brasileira, que foi potencializado pelas transformações digitais impostas pelas mídias sociais, em razão disso, justifica-se a relevância em analisar os meios de combate a partir da agenda brasileira, todavia, o enfrentamento à ameaça desconhecida é delicado, e este é um dos embaraços mais problemáticos ao tratar sobre o tema.

Hoffmann-Riem⁴⁷ acentua que a digitalização criou adversidades em escala global, mas que as soluções precisam ser encontradas em cada ordenamento jurídico.

Sendo assim, é fundamental transpor a compreensão da desinformação para a realidade brasileira, tendo em vista os institutos jurídicos sedimentados nacionalmente e a língua oficial.

⁴⁷HOFFMAN-RIEM, Wolfgang. **Teoria Geral do Direito Digital**: transformação digital: desafios para o direito. 2 ed. Rio de Janeiro: Forense, 2022, p.8

O termo *Fake News* apresenta alta carga polissêmica, ainda há excessiva dissonância a respeito do seu significado, o que dificulta o enquadramento e a sua compreensão em diversas áreas, como a Comunicação Social, a Publicidade e o Direito.

Considerando que a pesquisa reflete, majoritariamente, a análise jurídica sobre o tema, procura-se compor a classificação taxonômica dos termos, a fim de favorecer o entendimento aplicável ao Direito.

No português brasileiro, o prefixo “des” (des-) pode ser usado no processo de formação de palavras para expressar a ideia de negação ou de ação contrária⁴⁸, logo, “desinformação” remete a negar a informação ou praticar ações contrárias ao ato de informar.

Na literatura estrangeira, especialmente na língua inglesa, é habitual utilizar o binômio “*misinformation X disinformation*”⁴⁹ para expressar o conjunto de atividades humanas relacionadas à disseminação de notícias falsas, destacando-se respectivamente, a ausência de intenção do agente e a existência de intencionalidade.

Ao realizar o transporte semântico para o português-brasileiro, ambos os termos poderiam ser interpretados como “desinformação”, desse modo, compreende-se que o termo “desinformação” pode ser utilizado de maneira genérica, para se referir aos casos de atividades contrárias ou negativas ao processo de informar, independente da análise de intencionalidade do agente, neste caso, a sua utilização é mais adequada para designar o cenário de falsidade informacional, característico do ciberespaço, sem importar (ainda) em algum enquadramento jurídico relevante.

Toffoli⁵⁰ e Rais⁵¹ evidenciam o caráter abrangente do termo, e utilizam-no de forma substitutiva ao vocábulo “*Fake News*”.

A respeito disso, o Grupo Independente de Alto Nível sobre Notícias Falsas e Desinformação *on-line*, implantado na União Europeia (UE), propõe a utilização do termo desinformação (*disinformation*), em substituição à *Fake News* (ou notícias falsas), por dois motivos principais: o termo *Fake News* não abrange a totalidade dos problemas relacionados à

⁴⁸MARTINS, Dileta Silveira; ZILBERKNOP, Lúbia Scliar. **Português Instrumental**. 30 ed. São Paulo: Atlas, 2023. *E-book*. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597020113/>. Acesso em: 02 nov. 2023, local. 256.

⁴⁹SANDERS, Amy Kristin; JONES, Rachel L. Clicks at Any Cost: Why Regulation Won't Upend the Economics of Fake News. **The Business, Entrepreneurship & Tax Law Review**, v.2, 339-358, 2018. Disponível em: <https://scholarship.law.missouri.edu/betr/vol2/iss2/6/>. Acesso em: 22 abr. 2023, p. 343.

⁵⁰TOFFOLI, José Antonio Dias. Fake News, desinformação e liberdade de expressão. In: ABOUD, G; NERY JUNIOR, N.; CAMPOS, R. (org.) **Fake News e regulação**. 3 ed. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2021, p. 33.

⁵¹RAIS, Diogo. Desinformação no contexto democrático. In: ABOUD, G; NERY JUNIOR, N.; CAMPOS, R. (org.) **Fake News e regulação**. 3 ed. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2021, p. 272.

desinformação; e tem sido distorcido por grupos poderosos para gerar descrédito em coberturas que não consideram agradáveis⁵².

Em continuação, definem a desinformação (*disinformation*) como “todas as formas de informações falsas, imprecisas e enganosas, apresentadas ou promovidas para, intencionalmente, causar danos públicos ou para fins lucrativos”⁵³ (tradução nossa).

De outro modo, *misinformation* é empregado para indicar as informações falsas ou enganosas⁵⁴ que circulam na internet sem que, necessariamente, haja má intenção do autor.

A banalização dos termos e a dificuldade em definir o fenômeno gera sérios riscos a qualquer tentativa de regulação estatal⁵⁵, sendo assim, apesar das inúmeras possibilidades de criação e disseminação da desinformação nas mídias sociais, é crucial identificar os componentes substanciais deste fenômeno.

Reduzindo ao menor elemento possível, um componente essencial da desinformação, e que pode ser obtido a partir da tradução literal do termo originário (*Fake News*), é a falsidade. No entanto, a comunicação é um processo complexo, que afeta as formas de interação e interpretação desta falsidade.

Tendo como ponto de partida a falsidade da informação, compreende-se que o termo “informações falsas” é adequado para indicar o fluxo de notícias falsas nas mídias sociais, quando se dispensar a análise da intencionalidade do agente ou, quando ela ainda não for comprovada ou não existir, mas, o conteúdo em si não tenha base factual. “Informações falsas” são correspondentes próximos de *misinformation*, o foco está na falsidade da mensagem e não nos designios do autor.

Em consonância, outros fatores do contexto informacional podem ajudar a interpretar as reais intenções do autor em relação à notícia e, para isso, vislumbra-se a possibilidade de analisá-los a partir do conceito de fraude.

⁵²EUROPEAN COMMISSION. **A multi-dimensional approach to disinformation** - Report of the independent High level Group on fake news and online disinformation. Luxembourg: Publications Office of the European Union, 2018. Disponível em: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/final-report-high-level-expert-group-fake-news-and-online-disinformation>. Acesso em: 21 abr. 2023, p.5. “The analysis presented in this Report starts from a shared understanding of disinformation as a phenomenon that goes well beyond the term «fake news». This term has been appropriated and used misleadingly by powerful actors to dismiss coverage that is simply found disagreeable”.

⁵³*Ibid.*, p.5. “Disinformation as defined in this Report includes all forms of false, inaccurate, or misleading information designed, presented and promoted to intentionally cause public harm or for profit [...]”.

⁵⁴NASU, Hitoshi. The 'infodemic': Is International Law Ready to Combat Fake News in the Age of Information Disorder?. **Australian Year Book of International Law online**, 39 (1), 65-77, 2021. Disponível em: https://brill.com/view/journals/auso/39/1/article-p65_6.xml?language=en. Acesso em: 22 abr. 2023, p. 66.

⁵⁵THE INFORMATION SOCIETY PROJECT; THE FLOYD ABRAMS INSTITUTE FOR FREEDOM OF EXPRESSION. **Fighting Fake News Workshop Report**, 2017. Disponível em: <https://law.yale.edu/isp/initiatives/floyd-abrams-institute-freedom-expression/practitioner-scholar-conferences-first-amendment-topics/fighting-fake-news-workshop>. Acesso em: 22 abr. 2023.

A concepção de fraude já é bem solidificada no ordenamento jurídico brasileiro, considerando os reflexos cíveis, ela é composta por dois elementos: o elemento subjetivo, que consiste na intenção de prejudicar terceiros⁵⁶; e o elemento objetivo, que se traduz no dano ou prejuízo a outrem⁵⁷.

Toffoli e Rais, seguindo a lógica da fraude, consideram ser mais adequado utilizar os termos “notícias fraudulentas”⁵⁸, ou “mensagens fraudulentas”⁵⁹ em detrimento de “*Fake News*”.

Logo, as informações ou mensagens fraudulentas correspondem à prática de criação ou disseminação destas notícias com a intenção de provocar danos, neste caso, à terceiros ou ao contexto informacional, equivale ao *proxy* “*disinformation*”.

A falsidade da informação ou a mentira em si, desassociadas de outros fatores, não detêm reprovabilidade significativa para justificar medidas regulatórias, são problemas de cunho ético⁶⁰.

Na análise do impacto das novas tecnologias no Direito, é relevante avaliar o que mudou nas relações sociais, para determinar as consequências jurídicas, assim sendo, ao avaliar a fraude e o conteúdo que se extrai dela, podemos perceber que o signo e o significado⁶¹ permanecem inalterados, a natureza da fraude não foi alterada, o que se transformou foi apenas o ambiente e os instrumentos através dos quais ela ocorre, por isso, o instituto pode ser aplicado para interpretar a cultura da desinformação, em especial, das informações fraudulentas praticadas neste (novo) ambiente virtual, incorporando as características deste contexto.

O parâmetro social é o mesmo: a conduta de alguém, que quer intencionalmente causar prejuízo a outrem, só que através do processo de comunicação, falseando informações nas mídias sociais com o fim de subjugar o direito de informação de outrem.

Ordinariamente, as questões jurídicas com potencial ofensivo-ilícito são vistas com fundamento na análise da conduta e/ou resultado, neste aspecto, é possível estabelecer a

⁵⁶TARTUCE, Flávio. **Manual de Direito Civil**: volume único. 12. ed. Rio de Janeiro, Forense; Método, 2022, p. 269.

⁵⁷FARIAS, Cristiano Chaves de; BRAGA NETTO, Felipe; ROSENVALD, Nelson. **Manual de Direito Civil**: volume único. 2 ed. Salvador: JusPodivm, 2018, p. 562.

⁵⁸TOFFOLI, José Antonio Dias. Fake News, desinformação e liberdade de expressão. In: ABBOUD, G; NERY JUNIOR, N.; CAMPOS, R. (org.) **Fake News e regulação**. 3 ed. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2021, p. 33.

⁵⁹RAIS, Diogo. Desinformação no contexto democrático. In: ABBOUD, G; NERY JUNIOR, N.; CAMPOS, R. (org.) **Fake News e regulação**. 3 ed. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2021, p. 271.

⁶⁰TOFFOLI, José Antonio Dias. Fake News, desinformação e liberdade de expressão. In: ABBOUD, G; NERY JUNIOR, N.; CAMPOS, R. (org.) **Fake News e regulação**. 3 ed. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2021, p.32.

⁶¹BADARÓ, Gustavo Henrique. **Manual dos recursos penais**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2016.

gradação de reprovabilidade das “informações falsas” e das “informações fraudulentas”, o que pode facilitar aos reguladores (públicos ou privados) e intermediários a interpretar a desinformação.

À guisa de exemplo, a divulgação de informações falsas pode gerar danos em uma situação concreta, todavia, como não há a má-fé do autor, o grau de reprovabilidade da conduta pode ser menor do que nas informações fraudulentas.

Noutro sentido, com a transmissão de informações fraudulentas, a conduta é qualificada pela má intenção do autor em causar dano, o qual precisa ser avaliado, conforme o caso.

Em síntese:

I) As informações ou notícias falsas fundamentam-se na falsidade, na ausência de base factual da informação, sem considerar o elemento volitivo do autor;

II) As informações ou notícias fraudulentas são informações falsas que são qualificadas pela intencionalidade do autor em causar dano (falsidade mais fraude).

Entretanto, como se propôs que as informações fraudulentas sejam interpretadas pela ótica da fraude, é possível que a fraude seja perpetrada de várias formas em razão das características do processo comunicacional e das aplicações do ciberespaço, por este motivo, mostra-se relevante desdobrar as informações fraudulentas em subcategorias ou espécies de desinformação:

a) Informações ou mensagens fraudulentas sem base factual: a falsidade da informação decorre da inexistência de base factual⁶², a notícia não corresponde à realidade dos fatos, a má intenção está na origem da mensagem;

b) Informações ou mensagens fraudulentas por distorção ou notícias distorcidas: a falsidade e a má-fé do autor estão na entrega da mensagem, a notícia possui base factual, ou seja, relata-se algo que aconteceu, porém, manipula-se a sua apresentação para induzir o interlocutor a ter conclusões falsas⁶³ sobre a informação originária. A fraude não está na origem da mensagem (que existe), mas na derivação, no seu produto final. Baade designa esta modalidade como *Fake News* em sentido amplo, no entanto, como adotamos o termo desinformação e consideramos a fraude como elemento distintivo, esta prática ainda se insere nas informações fraudulentas, devido à intenção maliciosa do autor.

⁶²HELM, Rebecca K; NASU, Hitoshi. Regulatory Responses to Fake News and Freedom of Expression: Normative and Empirical Evaluation. **Human Rights Law Review**. vol. 21, p. 302-328, 2021. Disponível em: <https://academic.oup.com/hrlr/article/21/2/302/6129940>. Acesso em: 22 abr. 2023.

⁶³BAADE, Björnstjern. Fake News and International Law. KFG Working Paper Series, n.18, **Berlin Potsdam Research Group “The International Rule of Law – Rise or Decline?”**, Berlin, 2018. Disponível em: <https://d-nb.info/1217812830/34>. Acesso em: 23 abr. 2023, p. 6.

c) Fraude informacional por difusão: a fraude não está na mensagem em si, está na manipulação de recursos das aplicações do ciberespaço para difundir informações falsas ou fraudulentas, dando mais visibilidade ou aparência de relevância. Spencer Sidow a denomina como manipulação de percepção da informação⁶⁴, entretanto, como o parâmetro inicial é a fraude, percebe-se que ela ocorre ao falsificar a relevância e a visibilidade da informação, através dos mecanismos de busca, das *hashtags*, dos conteúdos patrocinados e das publicidades em geral, é comum utilizarem da prática de *astroturfing*⁶⁵.

Vale ressaltar, que o percurso para efetuar a delimitação teórica da desinformação não se destina, necessariamente, à exigência de criação legislativa, visto que possui o escopo mais abrangente: de subsidiar eventual medida legislativa, ao facilitar a descrição do fenômeno; de fornecer elementos de informação para a resposta jurisdicional adequada ao caso; de contextualização para auxiliar a adoção de medidas administrativas; e, de modo geral, contribuir para a discussão social-técnica-acadêmica sobre o tema.

A linguagem é construção social, e reflete a percepção da sociedade frente as novas tecnologias, quando utilizada para enquadrar aspectos jurídicos, é necessário achar o ponto de equilíbrio para não atribuir significados amplos demais, que possam facilitar intervenções abusivas, e nem restritos, na iminência de deixar várias práticas com potencial danoso de fora da esfera de regulação, seja por entes públicos ou privados.

Logo, a linguagem é o começo da análise dos casos de desinformação, que precisam ser interpretados conforme as circunstâncias de cada caso e, possivelmente, combatidos de maneira proporcional à sua gravidade. Essas condições (humanas e tecnológicas) podem influenciar a agenda brasileira no combate à desinformação nas mídias sociais.

A título de exemplo, os reguladores precisam reconhecer elementos que caracterizem a fraude para a interpretação da distorção nas notícias distorcidas, visto que a maioria das notícias não representam a realidade na íntegra, porque são distorcidas para caber naquela esfera informacional, ao facilitar a compreensão das informações pelo interlocutor⁶⁶. Portanto, há um

⁶⁴BRASIL. Câmara dos Deputados. **Especialista sugere criminalizar divulgação de informações distorcidas em período eleitoral**, 2020. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/noticias/680052-ESPECIALISTA-SUGERE-CRIMINALIZAR-DIVULGACAO-DE-INFORMACOES-DISTORCIDAS-EM-PERIODO-ELEITORAL>. Acesso em: 23 abr. 2023.

⁶⁵THE INFORMATION SOCIETY PROJECT; THE FLOYD ABRAMS INSTITUTE FOR FREEDOM OF EXPRESSION. **Fighting Fake News Workshop Report**, 2017. Disponível em: <https://law.yale.edu/isp/initiatives/floyd-abrams-institute-freedom-expression/practitioner-scholar-conferences-first-amendment-topics/fighting-fake-news-workshop>. Acesso em: 22 abr. 2023.

⁶⁶BAADE, Björnstjern. Fake News and International Law. KFG Working Paper Series, n.18, **Berlin Potsdam Research Group “The International Rule of Law – Rise or Decline?”**, Berlin, 2018. Disponível em: <https://d-nb.info/1217812830/34>. Acesso em: 23 abr. 2023, p. 17.

limite de distorção aceitável, que faz parte da praxe jornalística e publicitária, e que precisa ser ponderado no momento de categorização da desinformação, a ignorância desta peculiaridade pode resultar em práticas autoritárias.

Algumas características interferem na efetividade da regulação das notícias fraudulentas: as informações fraudulentas sem base factual, são criadas e replicadas de maneira mais informal, e encontram-se dispersas entre os usuários da rede, em razão disso, podem ter a regulação mais adaptada à liberdade de expressão, todavia, é difícil encontrar a sua fonte original; enquanto que as informações fraudulentas por distorção, geralmente, são apresentadas por veículos de notícias formais, sendo mais fácil de identificar a sua fonte, no entanto, mais complexo de regular em virtude da liberdade de imprensa, de expressão e a configuração da distorção⁶⁷.

Helm e Nasu⁶⁸ retratam como a desinformação vêm sendo definida para se referir a fabricação de conteúdos falsos que imitem a forma de exposição de conteúdos na mídia. Neste aspecto, estima-se que o termo “notícia” (para a compreensão da desinformação) não pode se restringir a conteúdos que imitem a reprodução de notícias na mídia, visto que a desinformação tem adotado outras formas de manifestação, que não apenas a simulação de informação midiática verdadeira, como a utilização de contas ou perfis falsos, *bots* e conteúdos patrocinados, é preferível que o exame recaia sobre as intenções, os suportes fáticos e os danos, e não exatamente à forma.

Diante disso, é razoável utilizar os termos “informações”, “notícias” e “mensagens” (falsas/fraudulentas) de maneira intercambiável, para representar as modalidades de desinformação.

É provável que a sociedade brasileira, em breve, ainda não abandone a utilização do termo “*Fake News*”, apesar de alguns órgãos jurisdicionais já o terem feito, como o STF⁶⁹ e o TSE⁷⁰. À vista disso, é plausível que o termo possa ser traduzido como *Fake News* em sentido

⁶⁷BAADE, Björnstjern. Fake News and International Law. KFG Working Paper Series, n.18, **Berlin Potsdam Research Group “The International Rule of Law – Rise or Decline?”**, Berlin, 2018. Disponível em: <https://d-nb.info/1217812830/34>. Acesso em: 23 abr. 2023, p. 20.

⁶⁸HELM, Rebecca K; NASU, Hitoshi. Regulatory Responses to Fake News and Freedom of Expression: Normative and Empirical Evaluation. **Human Rights Law Review**. vol. 21, p. 302-328, 2021. Disponível em: <https://academic.oup.com/hrlr/article/21/2/302/6129940>. Acesso em: 22 abr. 2023, p. 302.

⁶⁹BRASIL. Supremo Tribunal Federal. **Programa de combate à desinformação**. Disponível em: <https://portal.stf.jus.br/desinformacao/>. Acesso em: 19 jul. 2023.

⁷⁰BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. **Portaria nº 510, de 4 de agosto de 2021**, institui o programa permanente de enfrentamento à desinformação no âmbito da Justiça Eleitoral e disciplina a sua execução. Disponível em: <https://sintse.tse.jus.br/documentos/2021/Ago/6/diario-da-justica-eletronico-tse/portaria-no-510-de-4-de-agosto-de-2021-institui-o-programa-permanente-de-enfrentamento-a-desinformac>. Acesso em: 19 jul. 2023.

amplo⁷¹, para caracterizar a falsidades das informações e *Fake News* em sentido estrito, para as notícias falsas qualificadas pela fraude⁷², abrangendo as subcategorias supramencionadas. Contudo, essas expressões são limitadas à designação de práticas concretas, sem aludir ao cenário de caos informacional nas mídias sociais.

Mediante o exposto, delineado os contornos da desinformação, é importante tratar sobre algumas questões conflitantes que também refletem no caos informacional nas mídias sociais, mas que podem, ou não, gerar desinformação.

A primeira controvérsia trata-se das atividades denominadas como *malinformation*. Jankowicz⁷³ pesquisa sobre as operações de influência investidas pela Rússia na esfera civil de outros países, que podem se materializar como: atividades de desinformação (*disinformation*); e de informações maliciosas (*malinformation*), as quais são mensagens que possuem conteúdo verídico e, normalmente, são dados sensíveis ou sigilosos trazidos à público com a intenção de causar danos, desordem.

Diferentemente das informações fraudulentas por distorção, cuja falseamento está na indução do interlocutor para chegar à conclusão falsa sobre informações genuínas, as informações maliciosas são verídicas na origem e na entrega da mensagem, não há distorção, o autor compreende e deseja que a própria natureza do conteúdo, que deveria permanecer privado, seja capaz de gerar caos social com a superveniência do seu vazamento ao público.

Como inexistente a falsidade como elemento precedente da fraude, apesar da má-fé do autor em gerar o dano, reputa-se que esta modalidade de informação não se configure como desinformação, porque refere-se a outro fenômeno que faz parte de um problema mais abrangente, intitulado de desordem informacional⁷⁴.

A *malinformation* possui parâmetros distintos, não significa que ela não deva ser combatida, sem embargo, ela deve ser avaliada conforme o prejuízo, e com fundamento na tutela da privacidade, do sigilo profissional ou do sigilo das informações sensíveis do Estado, enquanto a desinformação é rechaçada em virtude de comportamentos ilícitos ligados à falsidade e à fraude.

⁷¹Dispensa a análise da intencionalidade do autor, na língua inglesa denomina-se *misinformation* (ver p.29).

⁷²Espécies de desinformação: informações fraudulentas sem base factual, informações fraudulentas por distorção e fraude informacional por difusão (ver p.31-32).

⁷³JANKOWICZ, Nina. **How to Lose The Information War: Russia, Fake News, and the Future of Conflict**. London: I. B. Tauris, 2020, p. xxvii.

⁷⁴EUROPEAN COMMISSION. **A multi-dimensional approach to disinformation** - Report of the independent High level Group on fake news and online disinformation. Luxembourg: Publications Office of the European Union, 2018. Disponível em: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/final-report-high-level-expert-group-fake-news-and-online-disinformation>. Acesso em: 21 abr. 2023, p.25.

Porém, vale registrar que há estudiosos que a entendem como uma espécie de desinformação “baseada na realidade dos fatos”⁷⁵.

Para fins de regulação (pública ou privada) da desinformação, nem todas as informações falsas compartilhadas possuem relevância, até porque, é irreal controlar toda a falsidade do conteúdo presente no ciberespaço. Quanto às notícias falsas, elas podem ser disseminadas mediante erro, por ignorância ou inocência⁷⁶, o que descaracteriza a má-fé do autor em razão da baixa reprovabilidade da conduta, entretanto, a depender do caso, pode contribuir para a desinformação. Neste sentido, as intervenções regulatórias restritivas, como o bloqueio e/ou remoção de conteúdo, pode ser reservada somente para os casos mais graves, em que se verifique risco concreto de dano sobre questões difusas do discurso público (eleições, saúde e segurança pública, etc.) ou privadas (privacidade ou intimidade da vítima).

Até este ponto da pesquisa, os efeitos regulatórios eventuais (desencadeados pelo combate à desinformação) são observados de maneira mais abrangente, visto que podem resultar em influências indiretas no fenômeno, e não somente em práticas impositivas de restrição e controle, de todo modo, serão abordadas no capítulo dois.

Outra prática social de baixa reprovabilidade, sob o ponto de vista regulatório, são os conteúdos derivados de atividades artísticas ou intelectuais, como paródias, sátiras⁷⁷ e comédias, apesar de não serem difundidas com a intenção de causar dano, podem gerar desinformação. A intenção que orienta estas atividades, regularmente, é voltada para o entretenimento ou para a crítica, e não para a desinformação, a propósito, a distorção, o exagero e o sensacionalismo são recursos típicos desta produção.

Entretanto, a compreensão da mensagem repassada pela comédia, sátiras ou paródias depende do entendimento contextual do interlocutor: para alguém que não consiga discernir a informação principal repassada, a notícia será falsa, porque a comunicação foi incompleta e só pode ser entendida dentro de um “quadro de referência”⁷⁸ que não foi percebido; para quem entendeu o propósito da mensagem, a discussão sobre eventual falsidade é desnecessária.

⁷⁵MENESES, Paulo Brasil. **Fake News: modernidade, metodologia e regulação**. 2 ed. São Paulo: JusPodvm, 2021, p.134.

⁷⁶SCHNELLENBACH, Jan, On the Behavioural Political Economy of Regulating Fake News. **Ordo – Jahrbuch für die Ordnung von Wirtschaft und Gesellschaft**, 2017. Disponível em: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3038508. Acesso em: 25 abr. 2023, p.2.

⁷⁷WARDLE, Claire. Fake News. It’s complicated. **First Draft**. 2017. Disponível em: <https://medium.com/1st-draft/fake-news-its-complicated-d0f773766c79>. Acesso em: 25 abr. 2023.

⁷⁸AMATO, Lucas Fucci. Fake News: regulação ou metarregulação? **Revista de Informação Legislativa: RIL**, Brasília, 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. Acesso em: 25 abr. 2023, p. 31.

Os contornos das condutas delineados nesta seção expressam a substância da desinformação, cujas mensagens podem ter como fundo, a falsidade e/ou a fraude. A substância não deve ser confundida com as formas de desinformação, que são as vias ou os instrumentos pelas quais elas vêm a público, por via humana ou humana indireta (*bots* e *ciborgues*)⁷⁹.

Sendo assim, a análise sobre o conteúdo das mensagens são fundamentais para identificar as modalidades de desinformação e não, exatamente, a forma em que são publicadas, em que pese a detecção de algumas formas fornecerem indicadores que reforçam a ocorrência da desinformação.

O estudo das formas de desinformação é relevante para compreender as alternativas de publicação e como as novas tecnologias interferem neste cenário.

Wardle⁸⁰ identifica tipos de desinformação, ao interpretar os recursos comunicacionais utilizados nas mensagens (distorção, engano e falsidade) e como eles geram outras possibilidades como: sátiras ou paródias; falsa conexão; conteúdo enganoso; falso contexto; conteúdo impostor; conteúdo manipulado; e conteúdo fabricado.

Contudo, priorizando-se a precisão da abordagem jurídica, reitera-se que essas tipologias podem ser adequadamente interpretadas pela análise da falsidade e da fraude.

Destarte, a reprovabilidade da conduta ou do resultado deve ser avaliado concretamente, sendo que nas informações falsas, o maior juízo deve recair sobre o dano ou prejuízo, enquanto nas notícias fraudulentas, o exame deve ocorrer sobre a intenção deliberada e o potencial de dano. Esses contornos podem ser utilizados pelos reguladores para definir medidas mais assertivas de regulação, as quais precisam ser pensadas, também, sob o exame de efetividade, a ser tratadas no próximo capítulo.

1.3.1 Os “nós” da desinformação

As transformações na esfera digital alteraram o fluxo informacional no ciberespaço (e nas mídias sociais) que, em razão da velocidade e da ubiquidade, criou o cenário favorável à desordem informacional. No entanto, a aplicação das novas tecnologias no processo de desinformação só foi possível devido à vontade humana, à vista disso, a utilização do ciberespaço como fonte de informações é uma prática incorporada na cultura da sociedade.

⁷⁹RAIS, Diogo. Desinformação no contexto democrático. In: ABOUD, G; NERY JUNIOR, N.; CAMPOS, R. (org.) **Fake News e regulação**. 3 ed. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2021, p. 276-278.

⁸⁰WARDLE, Claire. Fake News. It's complicated. **First Draft**. 2017. Disponível em: <https://medium.com/1st-draft/fake-news-its-complicated-d0f773766c79>. Acesso em: 25 abr. 2023.

Os nós, enquanto substantivo e técnica de entrelaçamento de fios e cordas, são empregados para diversas funções, desde atividades benéficas como o salvamento de vidas, até questões prejudiciais à saúde humana. Assim como os nós, as vias de informação são manipuladas para atividades benéficas ao discurso público, ou maléficas, as quais podem ter a finalidade de prejudicar alguém diretamente, ou apenas turvar o ambiente com o emaranhado de informações desconexas.

Essas técnicas refletem nas formas com que a desinformação tem sido difundida, particularmente, os usuários comuns interagem com as aplicações de maneira pessoal, outros, principalmente em campanhas de desinformação, utilizam de recursos tecnológicos para ampliar, reforçar, distorcer e simular autenticidade das mensagens na rede.

Neste quadro, Gragnani⁸¹ classifica formas ou tipos de instrumentos utilizados em campanhas de desinformação, ao analisar as hipóteses de favorecimento de candidatos políticos nas mídias sociais:

a) Robôs ou *bots*: algoritmos programados para executarem determinadas atividades, são relativamente mais fáceis de identificar, visto que formam padrões que podem ser monitorados:

b) Ciborgues, *trolls* ou *socketpuppets*: possuem operação híbrida (por humanos e computadores), também simulam as atividades de um usuário, em razão disso, alteram a previsibilidades da formação de padrões, dificultando a sua identificação:

c) Robôs políticos: são perfis autênticos nas mídias sociais, em que o titular cede o uso para atividades automáticas que deem engajamento (visualizações, curtidas e compartilhamentos) à outras páginas ou contas de políticos;

d) O *fake* clássico: cria-se um perfil falso, desvinculado de empresas ou campanhas, e um usuário comum, escondendo a sua real identidade, o utiliza para desacreditar políticos adversários e apoiar o seu favorito;

e) Os ativistas em série: são pessoas reais, altamente engajadas, e que conseguem ter bastante produtividade de informações para fomentar os seus candidatos.

Sem embargo, outras formas podem ser aplicadas no falseamento do conteúdo, como manipulação de imagens, voz e vídeo (*shallow fakes*) ou até criação através de inteligência artificial (*deepfakes*)⁸².

⁸¹GRAGNANI, Juliana. Como identificar os diferentes tipos de fakes e robôs que atuam nas redes. **BBC News Brasil**, 2017. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-42172154>. Acesso em: 27 abr. 2023.

⁸²MENESES, Paulo Brasil. **Fake News: modernidade, metodologia e regulação**. 2 ed. São Paulo: JusPodvm, 2021, p.147-150.

Noutro sentido, os nós enquanto pronome pessoal, representam cada conexão, *host*, ou pessoa conectada às aplicações do ciberespaço, que envolvem e são envolvidas pela comunicação através da rede⁸³.

A delimitação da desinformação possui foco no conteúdo das mensagens, ao passo que os nós da desinformação denotam como as atividades humanas incorporam este processo como prática social, que passa a ser gerada ou programada através de técnicas.

Jankowicz⁸⁴ aduz que a sociedade passa por uma guerra de informação que é difícil de vencer, não só pela manipulação de ferramentas *on-line*, ou pela entrega de mensagens programadas por *bots* ou *trolls*, mas porque pessoas autênticas, ainda que involuntariamente, disseminam essas mensagens.

Adicionalmente, retrata que o funcionamento das mídias sociais depende do engajamento dos usuários com o seu conteúdo, e as pessoas têm um apelo emocional⁸⁵ em compartilhar e interagir com eles.

De tal modo, muitas pessoas de boa-fé, acreditando na veracidade do conteúdo falso, colaboram para a sua disseminação, a própria vítima contribui com a desinformação⁸⁶, em outros casos, o usuário ignora a checagem de veracidade do conteúdo, porque ele reforça algum elemento da sua crença ou identidade, ao buscar o viés de confirmação⁸⁷.

Murray⁸⁸ desenvolve a teoria da gravidade regulatória, que aperfeiçoando a teoria do comunitarismo em rede e a teoria da matriz ativa, reconhece o poder de influência dos nós (*nodes*) na legitimidade e efetividade da regulação, sobre esses fatores, descreve que os nós possuem tamanhos diferentes na rede, que definem forças gravitacionais distintas sobre o ambiente, as quais operarão sobre pesos regulatórios.

Sendo assim, a massa regulatória depende da força empregada pelos *gatekeepers* (controladores do fluxo de informação), que podem ser: micro *gatekeepers*, pequenos sites, blogs, intranets e indivíduos; *gatekeepers* de autoridade, como meios de comunicação

⁸³MURRAY, Andrew D. Nodes and Gravity in Virtual Space. **Legisprudence**, 5:2, p. 195-221, 2011. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.5235/175214611797885684>. Acesso em: 27 abr. 2023.

⁸⁴JANKOWICZ, Nina. **How to Lose The Information War: Russia, Fake News, and the Future of Conflict**. London: I. B. Tauris, 2020, p. 3. “What makes this information war so difficult to win is not just the online tools that amplify and target its messages or the adversary that is sending them; it’s the fact that those messages are often unwittingly delivered not by trolls or bots, but by authentic local voices”.

⁸⁵*Ibid.*

⁸⁶RAIS, Diogo. Desinformação no contexto democrático. In: ABOUD, G; NERY JUNIOR, N.; CAMPOS, R. (org.) **Fake News e regulação**. 3 ed. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2021, p. 275.

⁸⁷SCHNELLENBACH, Jan, On the Behavioural Political Economy of Regulating Fake News. **Ordo – Jahrbuch für die Ordnung von Wirtschaft und Gesellschaft**, 2017. Disponível em: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3038508. Acesso em 25 abr. 2023.

⁸⁸MURRAY, Andrew D. Nodes and Gravity in Virtual Space. **Legisprudence**, 5:2, p. 195-221, 2011. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.5235/175214611797885684>. Acesso em: 27 abr. 2023, p. 208-219.

tradicional, *Wikipedia* e redes sociais; e os macro *gatekeepers*, a exemplo dos provedores de mecanismo de busca e governos⁸⁹.

A efetividade regulatória depende de como a gravidade relativa dos nós se posiciona diante da regulação, os governos e as mídias sociais possuem forças gravitacionais maiores que os indivíduos, todavia, estes são muitos. Quanto à legitimidade regulatória, ela não decorre diretamente da massa da autoridade, mas de como a comunidade a reconhece como legítima e, quando isso não ocorre, como o poder pode ser transferido para outro nó legítimo⁹⁰.

Diante disso, a pesquisa sobre a desinformação perpassa pela análise de como essas forças operam sobre o fenômeno e, especialmente, se o veem como um problema digno de regulação ou não, no entanto, em caso positivo, restaria examinar quais *gatekeepers* seriam legítimos para intervir.

Pode-se associar a demanda pela regulação, proporcionalmente, aos danos que ela pode causar, e se é considerado um prejuízo a ser suportado pela sociedade, ou combatido.

1.3.2 Os danos da desinformação

Um dos obstáculos ao combate à desinformação, é como este posicionamento tem sido menosprezado por parte de líderes políticos⁹¹, pelas *Big Techs* e por usuários na rede. A desídia, frequentemente, é justificada pelo argumento de que o enfrentamento violaria a liberdade de expressão, ou que os danos causados pelo fenômeno são irrelevantes ou inexistentes.

Enquanto isso, muitos pesquisadores têm investigado a diversidade de danos provocados pela desinformação no ciberespaço (efetivos ou latentes), que vão desde interferências entre Estados soberanos até o ataque a grupos sociais minoritários.

No cenário internacional, preocupa-se quanto às investidas de notícias falsas de um Estado sobre outro. A difusão de notícias falsas, quando atribuíveis a um Estado e reconhecida a intenção de desestabilizar o outro, configuraria coerção, a qual caracterizaria a intervenção, visto que o entendimento expresso na Declaração de Relações amistosas da Assembleia Geral das Nações Unidas ratifica que a coerção não se resume ao emprego de força física, nesta hipótese, haveria a possibilidade de violação do princípio da não-intervenção, particularmente, por contrariar as disposições da Comissão de Direito Internacional sobre a Responsabilidade

⁸⁹MURRAY, Andrew D. Nodes and Gravity in Virtual Space. *Legisprudence*, 5:2, p. 195-221, 2011. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.5235/175214611797885684>. Acesso em: 27 abr. 2023, p. 212.

⁹⁰*Ibid.*, p. 220-221.

⁹¹JANKOWICZ, Nina. *How to Lose The Information War: Russia, Fake News, and the Future of Conflict*. London: I. B. Tauris, 2020.

dos Estados por atos Ilícitos Internacionais⁹² e a convenção sobre o uso da radiodifusão na causa da Paz⁹³.

Jankowicz⁹⁴ analisa as interferências da Rússia nas democracias ocidentais, através de ações coordenadas de desinformação nas mídias sociais, e identifica como essas ações já ocorriam sobre os países do Leste Europeu, embora tenham sido agravadas pelos avanços tecnológicos.

Há alguns anos, o uso da desinformação nas mídias sociais tem gerado impactos difusos: em temas de saúde pública, como as campanhas de vacinação e a infodemia do Covid-19⁹⁵; através de contornos políticos, como o *Brexit* e a influência nas eleições presidenciais dos EUA (2016) e, posteriormente, do Brasil, em 2018⁹⁶ e 2022; questões de Segurança Pública, no Brasil, a desinformação gerada por uma postagem no *Facebook* é apontada como a principal causa do homicídio de uma mulher, que foi confundida com uma sequestradora de crianças em razão do *post*⁹⁷.

Recentemente, algumas autoras identificaram uma nova espécie de desinformação — a desinformação de gênero ou sexualizada—, que é perpetrada para desqualificar o papel de mulheres na vida pública. Além da falsidade das informações e da má intenção, apontam a coordenação como um novo elemento caracterizador da desinformação, desse modo, a coordenação se manifesta mediante campanhas de desinformação, e é um indicador importante porque é mais facilmente identificado pelas plataformas, ao violar políticas de *spam* ou uso de contas falsas⁹⁸.

⁹²BAADE, Björnstjern. Fake News and International Law. KFG Working Paper Series, n.18, **Berlin Potsdam Research Group “The International Rule of Law – Rise or Decline?”**, Berlin, 2018. Disponível em: <https://d-nb.info/1217812830/34>. Acesso em: 23 abr. 2023.

⁹³NASU, Hitoshi. The 'infodemic': Is International Law Ready to Combat Fake News in the Age of Information Disorder?. **Australian Year Book of International Law online**, 39 (1), 65-77, 2021. Disponível em: https://brill.com/view/journals/auso/39/1/article-p65_6.xml?language=en. Acesso em: 22 abr. 2023, p. 67

⁹⁴JANKOWICZ, Nina. **How to Lose The Information War: Russia, Fake News, and the Future of Conflict**. London: I. B. Tauris, 2020.

⁹⁵ORGANIZAÇÃO PANAMERICANA DE SAÚDE. **Entenda a Infodemia e a desinformação na luta contra a COVID-19**, 2020. Disponível em: https://iris.paho.org/bitstream/handle/10665.2/52054/Factsheet-Infodemic_por.pdf. Acesso em: 04 maio, 2023.

⁹⁶JUNKERT, Frederico Gonçalves. Fake News and 2018 Brazilian Presidential Election. In: MORAIS, Carlos Branco de; MENDES, Gilmar Ferreira; VESTING, Thomas. **The Rule of Law in Cyberspace: Law, Governance and Technology Series v.49**. Springer, 2022.

⁹⁷BRASIL. Secretaria de Comunicação Social. **Trágica história no Guarujá é retratada em novo episódio da campanha Brasil contra Fake**. Distrito Federal, 29 mar. 2023. Disponível em: <https://www.gov.br/secom/pt-br/assuntos/noticias/2023/03/tragica-historia-no-guaruja-e-retratada-em-novo-episodio-da-campanha-brasil-contra-fake>. Acesso em: 30 abr. 2023.

⁹⁸JANKOWICZ, Nina; HUNCHAK, Jillian; PAVLIUC, Alexandra; DAVIES, Célia; PIERSON, Shannon; KAUFMANN, Zoe. **Malign Creativity: how gender, sex and lies are weaponized against women online**. Washington: Wilson Center; Science and Technology Innovation Program, 2021. Disponível em: <https://www.wilsoncenter.org/publication/malign-creativity-how-gender-sex-and-lies-are-weaponized-against-women-online>. Acesso em: 03 nov. 2023. *E-Book*.

A delimitação da coordenação como elemento da desinformação, realmente, chama atenção para a possibilidade mais gravosa de desinformação, porque denota como pessoas podem se organizar para fins destrutivos.

Ademais, é uma modalidade em que se pode obter o maior aproveitamento das mídias sociais para a influência, visto que as campanhas de desinformação, sistematicamente, atingirão públicos maiores e em menor velocidade, distorcendo a percepção da informação no discurso público, além disso, pode ser potencializada pelo poder econômico, ou prestígio político, ou *status* social do autor.

Mediante o exposto, percebe-se que a desinformação *on-line* tem a capacidade de gerar impactos *off-line*, uma vez que a conexão desses mundos é cada vez maior, e que as campanhas de desinformação são as manifestações mais perigosas em virtude do seu potencial destrutivo.

As *Big Techs* são a primeira barreira de contenção dos danos da desinformação, na medida em que instituem os “termos de uso” ou “termos de serviço”, na relação com o usuário, e determinam o fluxo das informações e a interação dos usuários com os conteúdos, mediante o estabelecimento de algoritmos, razão pela qual destaca-se a seguir.

1.4 ALGORITMOS

“Quanto mais dados, melhor’ é o princípio-guia da era da informação”⁹⁹, a expressão resume o imperativo econômico estabelecido na relação da sociedade com as mídias sociais.

Estritamente, os algoritmos são estruturados em códigos binários (zeros e uns) para realizar tarefas automáticas definidas pelo programador, são construções técnicas que, por serem utilizadas no dia a dia, possuem profundos reflexos sociais¹⁰⁰.

De forma mais abrangente, os algoritmos são incorporados em estruturas complexas e determinam o funcionamento de várias aplicações ligadas à internet¹⁰¹.

O notável slogan de Lessig¹⁰² – “*Code is Law*” – que remete à *Lex Informatica* de Reidenberg, denota a capacidade regulatória do Código do Ciberespaço que o constitui e o faz ser como ele é, porque regula o *software* e o *hardware*.

⁹⁹O’NEIL, Cathy. **Algoritmos de destruição em massa:** como o Big Data aumenta a desigualdade e ameaça a democracia. Tradução de Rafael Abraham. Santo André: Editora rua do Sabão, 2020. *E-book*, local. 140.

¹⁰⁰HOFFMAN-RIEM, Wolfgang. **Teoria Geral do Direito Digital:** transformação digital: desafios para o direito. 2 ed. Rio de Janeiro: Forense, 2022.

¹⁰¹*Ibid.*

¹⁰²LESSIG, Lawrence. **Code:** version 2.0 New York. Basic Books, 2006, p.5.

Sendo assim, se o Código do Ciberespaço (também) é “lei”, os algoritmos compõem a sua estrutura e, ao mesmo tempo, lhe dá força cogente.

Nas aplicações, os algoritmos embasam um modelo matemático que recebe informações (*input*), processam e devolvem resultados (*output*), devido a sua natureza, se orientam pelo passado e pela expectativa de que padrões irão se repetir, de certo modo, o modelo percorre a imensidão dos dados, “aprende” a identificar padrões e a entregar resultados em consonância com eles¹⁰³.

Logo, os modelos algoritmos prescrevem o caminho do futuro, que nada mais é do que um passado renovado. Os dados são a matéria-prima para o superávit comportamental¹⁰⁴, que irão subsidiar a análise preditiva e prescritiva.

No entanto, é possível que a análise seja ruim – incongruente – e não entregue o conteúdo esperado pelo usuário da aplicação, o que implicaria na insatisfação com o seu uso, por isso, realizam-se atualizações com *feedback* que o faça aprender com os erros, constituindo-se como modelo dinâmico¹⁰⁵.

Devido à sua automatização e praticidade, os algoritmos passaram a recompor várias relações sociais: contratação de empregados e definição de jornada de trabalho; construção de *ranking* de universidades e a oferta e concessão de créditos estudantis; seguros e planos de saúde; até a indicação do que devemos assistir ou consumir nas plataformas de *streaming* e mídias sociais¹⁰⁶.

Neste sentido, quando a sociedade começa a confundir os resultados sugeridos pelos modelos com a realidade, passa-se a construir ciclos nocivos, viciosos ou tóxicos de *feedback*, porque desconsideram-se os dados da realidade para aceitar os frutos da aprendizagem do algoritmo, em muitos casos, justificam-se como resultados os problemas que ele mesmo criou, O’Neil denomina como “Armas de Destruição Matemáticas (ADMs)”¹⁰⁷.

Mas, a submissão do mundo real ao mundo prescrito pelo algoritmo não ocorre de maneira natural, a intenção dos gerenciadores do modelo é, num primeiro momento, desconsiderar as pessoas e se prender nos vestígios dos dados, para depois devolvê-los de maneira micro direcionada, a fim de converter eleitores, compradores, trabalhadores, etc.¹⁰⁸.

¹⁰³O’NEIL, Cathy. **Algoritmos de destruição em massa**: como o Big Data aumenta a desigualdade e ameaça a democracia. Tradução de Rafael Abraham. Santo André: Editora rua do Sabão, 2020. *E-book*.

¹⁰⁴ZUBOFF, Shoshana. **A era do Capitalismo de Vigilância**: a luta por um futuro humano na nova fronteira do poder. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2021. *E-book*.

¹⁰⁵O’NEIL, Cathy. **Algoritmos de destruição em massa**: como o Big Data aumenta a desigualdade e ameaça a democracia. Tradução de Rafael Abraham. Santo André: Editora rua do Sabão, 2020. *E-book*.

¹⁰⁶*Ibid.*

¹⁰⁷*Ibid.*, *passim*.

¹⁰⁸*Ibid.*

Nas mídias sociais, os algoritmos são empregados para satisfazer as preferências do usuário de modo a fazê-lo ficar o maior tempo possível logado (consumindo os conteúdos), e as mesmas preferências são utilizadas para a prescrição de publicidade direcionada¹⁰⁹. Como a entrega do futuro é uma resposta do passado, a indicação de conteúdos ocorre conforme algo que o usuário gostou, em primazia daquilo que repudia ou não o satisfaz, este ciclo vicioso de *feedback* foi importante para consolidar as chamadas bolhas de filtro ou câmaras de eco¹¹⁰.

Na promessa de maior liberdade de expressão, ou de ser um espaço público, as mídias sociais criaram fragmentos de sociedade, vivendo em bolhas de identificação e promovendo discursos para si. O *input* foi de uma praça pública diversa, contudo, o *output* é de uma colmeia, porque a máquina “aprendeu” que é melhor assim, ser relevante dentro da colmeia é uma função intercambiável, para aqueles que conseguem ter maior influência nas plataformas, seja por engajamento ou por conteúdo patrocinado, e pode utilizá-la (se quiser) para promover a desinformação nas suas unidades e nas outras colmeias.

Com a combinação do ambiente virtual com o real, os algoritmos passaram a fazer parte do cotidiano da sociedade, o ponto preocupante é como eles possuem a capacidade de modificação e controle comportamental, que é agravado por outro problema, a falta de transparência¹¹¹.

A falta de transparência decorre de como os algoritmos foram admitidos como “segredos comerciais”¹¹² ou “molhos secretos cruciais ao negócio”¹¹³, em alguns casos, são até complexos demais para serem compreensíveis pelo ser humano, tudo isso impossibilita o monitoramento ou fiscalização por qualquer usuário interessado.

Se de um lado os algoritmos são obscuros, algumas regras são explícitas pelas *Big Techs* de mídias sociais, nos intitulados “termos de serviço”.

¹⁰⁹ZUBOFF, Shoshana. **A era do Capitalismo de Vigilância**: a luta por um futuro humano na nova fronteira do poder. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2021. *E-book*.

¹¹⁰HELM, Rebecca K; NASU, Hitoshi. Regulatory Responses to Fake News and Freedom of Expression: Normative and Empirical Evaluation. **Human Rights Law Review**. vol. 21, p. 302-328, 2021. Disponível em: <https://academic.oup.com/hrlr/article/21/2/302/6129940>. Acesso em: 22 abr. 2023.

¹¹¹HOFFMAN-RIEM, Wolfgang. **Teoria Geral do Direito Digital**: transformação digital: desafios para o direito. 2 ed. Rio de Janeiro: Forense, 2022.

¹¹²*Ibid.*, p.41.

¹¹³O’NEIL, Cathy. **Algoritmos de destruição em massa**: como o Big Data aumenta a desigualdade e ameaça a democracia. Tradução de Rafael Abraham. Santo André: Editora rua do Sabão, 2020. *E-book*, local. 28.

1.5 TERMOS DE SERVIÇO, TERMOS DE RENDIÇÃO OU “INCONTRATOS”

Berman¹¹⁴ critica o estudo das normas desvinculado da análise das condições culturais, porque a investigação fica restrita ao mundo criado pela norma. A proposta desta seção é justamente esta, investigar o mundo criado pela relação “contratual” entre algumas *Big Techs* e os usuários, sobretudo, quanto ao tratamento dado à veiculação de desinformação.

O vínculo jurídico entre as *Big Techs* e os usuários, na atualidade, é firmado pelo estabelecimento de políticas e termos ou condições gerais de serviço, de todo modo, a sua concepção como contrato é criticável por diversos motivos.

Zuboff¹¹⁵ expressa essas normas como “termo de rendição”, haja vista a imperatividade e a renderização do comportamento humano para a satisfação dos interesses das empresas capitalistas de vigilância e dos terceiros interessados, ademais, identifica que esta relação é contrária a concepção tradicional de contrato, sendo um “incontrato”, porque o imperativo econômico é forçado de maneira unilateral, não há expectativas sobre as obrigações contratuais, busca-se a aproximação da certeza da predição, através de instrumentos de mudança comportamental, para garantir os lucros das empresas.

Radin¹¹⁶ expõe que a concepção contratual de “acordo” ou “consentimento” é prejudicada nas regulações contratuais (por máquinas) e problematiza o viés substitutivo das normas empresariais, que tem a possibilidade de suprimir normas estatais ao criar o novo regime imposto pelas empresas, sem a participação do usuário.

Diante deste cenário, por amostragem, selecionou-se os termos e políticas de três *Big Techs* para compor a investigação do fenômeno da pesquisa, pelas seguintes razões: do *Google*, porque foi o primeiro capitalista de vigilância, e pela possibilidade de cambiar dados de navegação com outras plataformas; a *Meta*, por incorporar, majoritariamente, as principais mídias sociais em números e relevância no Brasil (*Facebook* e *Instagram*), e pela capacidade de influência por afetividade, tendo em vista ser uma plataforma estruturada pela conexão por seguidores e ou grupo de amigos/colegas; O *Twitter/X*, pela tendência em ser utilizado para conhecer e compartilhar notícias, de preferência, imediatas (atuais).

¹¹⁴BERMAN, Paul Schiff. **Law and Society Approaches to Cyberspace**. Ashgate publishing, 2007. Disponível em: https://scholarship.law.gwu.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1085&context=faculty_publications. Acesso em: 14 abr. 2023.

¹¹⁵ZUBOFF, Shoshana. **A era do Capitalismo de Vigilância: a luta por um futuro humano na nova fronteira do poder**. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2021. *E-book, passim*.

¹¹⁶RADIN, Margaret Jane. Regulation by contract, regulation by machine. **Stanford Law School**, [Research Paper No. 92], 2004. Disponível em: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=534042. Acesso em: 04 maio, 2023, p.3-5.

1.5.1 Do Google

O *Google* é uma empresa multinacional de tecnologia que oferta serviços aos usuários interessados, assim como qualquer oferta de serviços no mercado, ela é regida por regras.

Lastowka¹¹⁷ aponta que, se reconhecermos a existência da força reguladora do código computacional, quando o Estado não intervém diretamente nestas relações, a lei aplicável será a Lei do *Google*.

Neste caso, as regras definidas pelo *Google* se concentram, principalmente, nas políticas de privacidade e nos termos de serviço¹¹⁸.

O *Google* iniciou seus negócios com a expectativa de ser o índice da internet (indexador), um mecanismo de busca rápida que relaciona as páginas mais populares e/ou “importantes” dispostas na internet, facilitando o acesso do usuário, o seu algoritmo processa a relevância das páginas e as exibe no topo, criando uma lista decrescente¹¹⁹.

Sendo assim, na sua origem, o foco do serviço estava centrado nos interesses do usuário, no sentido de oferecer um mecanismo de busca eficiente. A partir do ano 2000, o *Google* passou a incorporar receitas de publicidade, com o lançamento do programa *AdWords*, agregando novos interessados nesta relação, os anunciantes¹²⁰, logo, a atuação do *Google* ficou dividida entre facilitar a pesquisa de informações na internet e conectar consumidores aos respectivos anunciantes, com publicidades pagas.

Com o aumento exponencial das receitas de publicidade, o lucro não podia depender mais da simples conexão entre possíveis consumidores e anunciantes, era necessário atrair e canalizar a atenção do consumidor¹²¹, o que culminou no imperativo de extração, predição e intervenção expostos anteriormente¹²².

Desse modo, o *Google* afastou-se da sua concepção inicial, de ser uma ferramenta transparente a ser utilizada no âmbito acadêmico, e assumiu a feição comercial e sigilosa, a consequência é a contradição entre o modelo de lucro e a sua auto concepção, porque o modelo

¹¹⁷LASTOWKA, Greg. *Google's Law*. **Duke Science, Technology & Innovation**, [Paper nº 26], 2007.

Disponível em: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1017536. Acesso em: 21 maio, 2023.

¹¹⁸GOOGLE. **Privacidade & termos**. Disponível em: <https://policies.google.com/?hl=pt-BR>. Acesso em: 21 maio, 2023.

¹¹⁹LASTOWKA, *op.cit.*

¹²⁰*Ibid.*

¹²¹*Ibid.*

¹²²ZUBOFF, Shoshana. **A era do Capitalismo de Vigilância**: a luta por um futuro humano na nova fronteira do poder. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2021. *E-book*.

distancia-se das necessidades dos consumidores e torna-se tendencioso em favor dos interesses dos anunciantes¹²³.

Em 2007, Lastowka previa a possibilidade de que a busca de lucro do *Google* passasse a representar ameaça para os interesses da sociedade¹²⁴, considerando o fenômeno da desinformação, resta avaliar como a oferta de serviços do *Google* pode (ou não) contribuir para a veiculação de desinformação, para tanto, verifica-se às disposições expressas nas suas políticas.

Além do mecanismo de busca (*Pesquisar/Google Search*), ao longo do tempo, o *Google* passou a ofertar muito mais serviços, como idiomas, e-mail, *android*, *drive*, *maps*, etc., neste contexto, as políticas de privacidade e os termos de serviço são aplicáveis de maneira geral, a não ser que um deles disponha de “termos adicionais específicos do serviço”, se for o caso, aplica-se o termo adicional diretamente, e o termo geral, de maneira subsidiária¹²⁵.

As políticas de privacidade do *Google* (na versão em vigor a partir de 15 de dezembro de 2022) expressam sobre as condições em que as informações dos usuários são coletadas, por exemplo, para a entrega personalizada de anúncios. Neste campo, a regulação do fluxo de conteúdo é mais direcionada para questões de Direitos autorais (violações), na medida em que se permite ao usuário solicitar a remoção de conteúdo ilegal ou não autorizado, a solicitação é avaliada pela equipe de moderação, com poderes para desindexar, bloquear, limitar ou remover o acesso a ele. Não há menção expressa de combate ou de moderação da desinformação (ou *misinformation* ou *disinformation*) ou *fake news*, salvo se configurar conteúdo vedado por lei, ou não autorizado pelo criador ou que caracteriza violência ou conteúdo explícito, assim, não há categoria específica sobre desinformação ou *fake news*¹²⁶.

No entanto, de forma abrangente, a política de privacidade identifica que as informações coletadas podem ser utilizadas para prevenir, detectar ou responder a fraudes e outros riscos ao *Google*, aos usuários ou ao público¹²⁷.

Sucessivamente, ao analisar os termos de serviço, as disposições repudiam a utilização do serviço para enganar, fraudar ou falsificar a identidade, e permite a denúncia de casos abusivos, contudo, sem referenciar-se expressamente à desinformação ou *fake news*, neste

¹²³LASTOWKA, *op. cit.*, p. 5, 59-61.

¹²⁴*Ibid.*

¹²⁵GOOGLE. **Privacidade & termos**. [Termos de serviço]. Disponível em: <https://policies.google.com/terms?hl=pt-BR>. Acesso em 21 maio, 2023.

¹²⁶GOOGLE. **Privacidade & termos**. [Política de privacidade]. Disponível em: <https://policies.google.com/privacy?hl=pt-BR>. Acesso em: 22 maio, 2023.

¹²⁷GOOGLE. **Privacidade & termos**. [Política de privacidade]. Disponível em: <https://policies.google.com/privacy?hl=pt-BR>. Acesso em: 22 maio, 2023.

mesmo sentido, as hipóteses que podem ensejar a remoção de conteúdo, a suspensão ou o encerramento de contas não tratam sobre a desinformação, o que chega mais próximo é a verificação de razões concretas que caracterizem a “ludibriação” de outras pessoas¹²⁸.

Ao analisar os termos adicionais de serviço do *Google* Pesquisar (um dos seus principais serviços), as disposições contra conteúdos falsos são mais claras, haja vista que há a possibilidade de remoção de conteúdo ou encerramento de conta em função da detecção de engajamento falso, declarações falsas ou atividades para lesar, enganar ou induzir outros¹²⁹.

O *Google Ads* é a principal fonte de receitas da empresa, e trata-se da evolução do original *Google Adwords*, por isso, é um serviço a ser analisado. O *Google Ads* consiste no serviço de publicidade *on-line*, no qual o anunciante atrai clientes para si, mediante o pagamento por resultados efetivos (cliques nos anúncios, acessos ao site anunciado ou ligações para a empresa). Os termos adicionais do serviço atribuem a reponsabilidade do conteúdo publicitário aos anunciantes, e permite a recusa ou remoção do anúncio que viole os termos ou sujeite o *Google* à responsabilidade, quanto ao que não pode ser veiculado nos anúncios, os termos expõem diversas possibilidades¹³⁰ (conteúdo chocante ou sensível, violação de segurança do usuário e coleta de dados indevidos) sem tratar, especificamente, de desinformação ou *fake news*, no entanto, inibe outros tipos de comportamentos desonestos, como a criação ou falsificação de documentos, vendas de atividades *on-line* falsas (falso engajamento), dentre outros¹³¹.

Do exposto, é notável que o *Google* busca limitar a sua responsabilidade diante do conteúdo indexado, terceirizado ou anunciado pelos seus serviços, proíbe a veiculação de informações ilegais e lesivas, todavia, não é tão transparente quanto ao combate à desinformação, que pode ser reforçada ou propagada através dos seus serviços. Ademais, terceiriza eventual identificação destes riscos ao usuário, que pode denunciar ou fazer alguma solicitação referente ao tema, que será avaliada pela equipe de moderação.

¹²⁸GOOGLE. **Privacidade & Termos**. [Termos de serviço]. Disponível em: <https://policies.google.com/terms?hl=pt-BR>. Acesso em: 22 maio, 2023.

¹²⁹GOOGLE. **Política para conteúdo postado por usuários na Pesquisa**. Disponível em: https://www.google.com/search/policies/usercontent/?hl=pt_BR. Acesso em: 23 maio, 2023.

¹³⁰GOOGLE. **Ajuda do Políticas do Google ADS**. [Publicidade personalizada] disponível em: https://support.google.com/adspolicy/answer/143465?hl=pt-BR&ref_topic=7012636&sjid=10858993376613286254-SA Acesso em: 23 maio, 2023.

¹³¹GOOGLE. **Ajuda do Políticas do Google ADS**. [Permissão de comportamento desonesto] disponível em: https://support.google.com/adspolicy/answer/6016086?hl=pt-BR&ref_topic=1626336&sjid=10858993376613286254-SA. Acesso em: 23 maio, 2023.

1.5.2 Da Meta

A *Meta* inclui a oferta de duas mídias sociais relevantes na atualidade, o *Facebook* e o *Instagram*¹³². A proposta inicial do *Facebook* era de possibilitar conexões entre pessoas, instituições etc., com o aperfeiçoamento da plataforma, vários recursos foram incorporados, com isso, as interações permitem compreender a personalidade do usuário e utilizá-la para conectá-lo a anúncios e ideias (micro direcionamento), com perspectivas persuasivas¹³³.

Os termos e políticas da *Meta* são expressos nos termos de serviço, na Política de Privacidade e nos Padrões da Comunidade¹³⁴, além disso, para o patrocínio de anúncios, há diretrizes a mais sobre os padrões de publicidade da *Meta*¹³⁵.

Há alguns anos, Mark Zuckerberg (fundador do *Facebook*), defendia que não cabia à plataforma controlar ou moderar o conteúdo postado por seus usuários, na arena política, também assinalava que em razão da liberdade de expressão os anúncios políticos não deveriam estar sujeitos à verificação de fatos¹³⁶, cabendo ao cidadão ter o discernimento adequado do caso¹³⁷.

Considerando os termos da *Meta* em vigor, é notável que algumas diretrizes mudaram, também há motivos razoáveis para compreender que as interações, postagens e o comportamento do usuário nas mídias sociais são essenciais para as receitas das empresas, e que qualquer intervenção direta nesta questão pode representar um risco para elas.

O uso do *Facebook* e do *Instagram* é gratuito para o usuário comum, noutro giro, empresas, organizações e outras pessoas pagam à *Meta* para mostrar anúncios aos usuários. Dados pessoais são interpretados para personalizar a entrega e exibição desses anúncios, neste contexto, os termos de serviço repudiam a utilização dos produtos da *Meta* para o compartilhamento de conteúdo ilegal, enganoso discriminatório ou fraudulento, sob pena de remoção, restrição do alcance e suspensão ou desativação da conta, também permite que o usuário denuncie caso identifique atividades deste tipo¹³⁸.

¹³²META. **Termos de serviço**. Disponível em: <https://pt-br.facebook.com/legal/terms>. Acesso em: 26 jun. 2023.

¹³³ZUBOFF, Shoshana. **A era do Capitalismo de Vigilância: a luta por um futuro humano na nova fronteira do poder**. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2021. *E-book*.

¹³⁴META. **Termos e Políticas**. Disponível em: https://pt-br.facebook.com/policies_center/. Acesso em: 26 jun. 2023.

¹³⁵META. **Sobre os padrões de publicidade da Meta**. Disponível em: <https://pt-br.facebook.com/business/help/488043719226449?id=434838534925385>. Acesso em: 26 jun. 2023.

¹³⁶EXAME. **Políticos podem mentir em anúncios no Facebook, defende Mark Zuckerberg**. Disponível em: <https://pt-br.facebook.com/business/help/488043719226449?id=434838534925385>. Acesso em: 26 jun. 2023.

¹³⁷CBS NEWS. **Mark Zuckerberg defends policy to allow politicians to lie in campaign ads**. 1 vídeo (7 min). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=ascRgzdUmfs>. Acesso em: 26 jun. 2023.

¹³⁸META. **Termos de serviço**. Disponível em: <https://pt-br.facebook.com/legal/terms>. Acesso em: 26 jun. 2023.

Da mesma forma que o *Google*, a *Meta* busca limitar a sua responsabilidade diante das condutas dos usuários dos produtos, seja para reflexos *on-line* ou *off-line*, ela se exime de responsabilidade¹³⁹.

A política de privacidade da *Meta* expõe que a empresa pode usar grande parte das informações advindas da atividade do usuário e do dispositivo utilizado por ele (sistema operacional, câmera, local, fotos, etc.), sendo possível o compartilhamento destas informações entre os produtos *Meta* e os parceiros integrados¹⁴⁰.

Referente aos Padrões da comunidade, a empresa assinala as atividades que não são permitidas, em especial, há disposições expressas quanto: a valorização da integridade e da autenticidade, ao contrariar o uso de contas em rede que utilizem ações coordenadas para burlar os padrões da comunidade, vedar a manipulação artificial de popularidade de conteúdo e proibir o uso de ativos do *Facebook* para enganar pessoas¹⁴¹; e sobre a desinformação nas atividades¹⁴².

O comportamento inautêntico é vedado pelos padrões de comunidade da *Meta*, são uma das possibilidades que poderiam ser utilizadas por promotores de campanhas de desinformação, neste caso, nos termos em vigor da empresa, a atividade é explicitamente proibida.

Quanto à desinformação, a *Meta* reconhece a dificuldade em definir o que é a desinformação, mas, busca centrar as suas atividades em algumas categorias, se compromete em remover conteúdos que contenham desinformação: a) que possam gerar risco de violência ou agressão à integridade física de outrem; b) que sejam prejudiciais à saúde, como, vacinas, tratamentos médicos, saúde pública e emergências ou promoção ou defesa de curar milagrosas; c) que possa causar interferências na capacidade das pessoas em participar de Eleições e Censo; d) em mídia manipulada, como a edição de imagem, áudio e vídeo com o intuito de enganar os outros¹⁴³.

No entanto, apesar da *Meta* criar as diretrizes, ela busca se afastar da responsabilidade pela análise e identificação da desinformação nas atividades do usuário, ao firmar parcerias com organizações de verificação de fatos que terão atribuição para classificar este tipo de conteúdo,

¹³⁹META. **Termos de serviço**. Disponível em: <https://pt-br.facebook.com/legal/terms>. Acesso em: 26 jun. 2023.

¹⁴⁰META. **Política de Privacidade**. Disponível em: <https://pt-br.facebook.com/privacy/policy>. Acesso em: 26 jun. 2023.

¹⁴¹META. **Integridade da conta e autenticidade de identidade**. [Padrões da comunidade do Facebook]. Disponível em: <https://transparency.fb.com/pt-br/policies/community-standards/account-integrity-and-authentic-identity/>. Acesso em: 26 jun. 2023.

¹⁴²META. **Desinformação**. [Padrões da comunidade do Facebook]. Disponível em: <https://transparency.fb.com/pt-br/policies/community-standards/misinformation/>. Acesso em: 26 jun. 2023.

¹⁴³META. **Desinformação**. [Padrões da comunidade do Facebook]. Disponível em: <https://transparency.fb.com/pt-br/policies/community-standards/misinformation/>. Acesso em: 26 jun. 2023.

neste desígnio, define a desinformação como a alegação que é considerada falsa por autoridade terceira¹⁴⁴.

Sendo assim, a *Meta* busca encontrar o equilíbrio entre a posição mais libertária de não controlar a verdade do discurso, em razão do pensamento inicial de Marck Zuckerberg, e ceder às cobranças quanto ao combate à desinformação nas suas plataformas, especialmente, considerando algumas polêmicas mais recentes, como a relação com a *Cambridge Analytica*¹⁴⁵ e a as eleições presidenciais dos EUA.

A *Meta* mantém parcerias com agências independentes e certificadas pela *International Fact Checking Network* (IFCN), com aptidão para atuar no *Facebook* e no *Instagram*. As agências podem analisar atividades suspeitas e classificar os conteúdos como: a) falso; b) alterado; c) parcialmente falso; d) sem contexto; e) sátira; f) verdadeiro. As medidas mais enérgicas das plataformas são destinadas aos conteúdos classificados como falso e alterado, os conteúdos parcialmente falsos e sem contexto devem sofrer ações mais brandas, as sátiras e os conteúdos verdadeiros não sofrem restrições¹⁴⁶.

As medidas das plataformas após a classificação em alguma das categorias de desinformação consistem na rotulagem da postagem como conteúdo falso, enganoso, parcialmente falso ou sem contexto, com o fim de avisar os demais usuários que possam ter acessos àquela informação, posteriormente, reduz-se a distribuição, ao dificultar a sua visualização no *feed* de notícias, opção de explorar e *stories*. A *Meta* não altera a classificação atribuída pela agência e, também, não remove o conteúdo que contenha desinformação, a não ser que ele caracterize violação aos Padrões da comunidade. Quanto às páginas, grupos, perfis, sites e contas que, frequentemente, compartilhem conteúdos classificados como falso ou adulterados, elas podem sofrer algumas restrições durante determinado período, como a redução da distribuição, a perda da monetização e publicidade e a remoção da sua qualificação como página de notícias¹⁴⁷.

A *Meta* rejeita a promoção de anúncios cujo conteúdo seja classificado como falso, alterado, parcialmente falso ou sem contexto¹⁴⁸.

¹⁴⁴META. **Desinformação**. [Padrões da comunidade do Facebook]. Disponível em:

<https://transparency.fb.com/pt-br/policies/community-standards/misinformation/>. Acesso em: 26 jun. 2023.

¹⁴⁵VESTING, Thomas. The Impact of Artificial Intelligence on the Structures of the Modern Public Sphere. In: MORAIS, Carlos Branco de; MENDES, Gilmar Ferreira; VESTING, Thomas. **The Rule of Law in Cyberspace: Law, Governance and Technology Series v.49**. Springer, 2022.

¹⁴⁶META. **Classificação de conteúdos utilizadas pelos verificadores de factos**. Disponível em: <https://transparency.fb.com/en-gb/features/content-ratings-fact-checkers-use/>. Acesso em: 26 jun. 2023.

¹⁴⁷META. **Como funciona a verificação de fatos**. Disponível em: <https://transparency.fb.com/en-gb/features/how-fact-checking-works/>. Acesso em 26 jun. 2023.

¹⁴⁸META. **Como funciona a verificação de fatos**. Disponível em: <https://transparency.fb.com/en-gb/features/how-fact-checking-works/>. Acesso em: 26 jun. 2023.

De outro modo, algumas atividades não passam por verificação de fatos e não são classificadas: os conteúdos não-verificáveis; os que eram verdade no momento em que foram compartilhados; as opiniões, em geral, que não contenham informações falsas; as opiniões e falas de políticos; as afirmações irrelevantes ou com pequenas imprecisões; fofocas e notícias esportivas; citações falsas de figuras históricas; e as mídias manipuladas para entretenimento¹⁴⁹.

Contudo, os termos indicam prioridades na identificação da desinformação, que reside na verificação de conteúdos falsos virais, os boatos sem lastro em fatos, os conteúdos opinativos fundamentados em informações falsas e as alegações potencialmente falsas, oportunistas, populares e relevantes.

Em síntese, a *Meta* concentra o combate a desinformação nos seus produtos através da terceirização e do investimento nas agências de checagem de fatos e no fomento à alfabetização midiática dos usuários¹⁵⁰, e se resguarda de ser vista como controladora da verdade, ao não definir os casos de desinformação, prefere a via do empoderamento individual do usuário para discernir os conteúdos de melhor qualidade, valorizando-se a visão mais abrangente sobre a liberdade de expressão.

1.5.3 Do *Twitter/X*

O *Twitter/X*¹⁵¹ é a mídia social, especialmente, utilizada para compartilhar fatos, opiniões ou discussões atuais. Através dos “*Trending Topics*” ou “Assuntos do momento”, o usuário pode ter conhecimento sobre os temas e *tweets* mais comentados naquela ocasião, conforme expresso nas suas diretrizes, a finalidade do *Twitter/X* é de possibilitar o diálogo público global¹⁵².

Tendo em vista a possibilidade da sua utilização para obter notícias instantâneas, há o risco de a plataforma ser utilizada para propagar desinformação e manipular discursos.

As normas do *Twitter/X* são organizadas em artigos, por isso, são ainda mais didáticas que as da *Meta* e as do *Google*, no entanto, são mais extensas. Organizam-se, principalmente,

¹⁴⁹META. **Política de verificação de fatos no Facebook**. [Central de ajuda da Meta para empresas]. Disponível em: <https://www.facebook.com/business/help/315131736305613?id=673052479947730>. Acesso em: 26 jun. 2023.

¹⁵⁰META. **Investimento do Facebook em verificação de fatos e alfabetização midiática**. Disponível em: <https://www.facebook.com/formedia/blog/third-party-fact-checking-industry-investments>. Acesso em: 26 jun. 2023.

¹⁵¹O *Twitter* mudou o seu nome para “X” (ver nota de referência 22).

¹⁵²TWITTER. **As regras do Twitter**. 2023. Disponível em: <https://help.twitter.com/pt/rules-and-policies/twitter-rules>. Acesso em: 12 jun. 2023.

nas Regras do *Twitter*, nos Termos de Serviço e na Política de Privacidade¹⁵³. As regras do *Twitter* incorporam a maior quantidade de artigos, explicativas do funcionamento e tratamento da plataforma em relação às atividades.

Nas regras do *Twitter*, a plataforma estabelece valores que são essenciais para viabilizar o debate público com liberdade e segurança, dentre eles, destaca-se a autenticidade, cujas determinações podem afetar, diretamente, as atividades de desinformação¹⁵⁴.

A preservação da autenticidade no *Twitter/X* ocorre mediante a proibição de diversas atividades que possam afetá-la, destas, destacam-se¹⁵⁵:

a) A vedação de *spam* e manipulação da plataforma, que possam amplificar ou suprimir informações e manipular ou prejudicar o comportamento de pessoas: haja vista que essas atividades criam engajamento não autêntico em relação ao conteúdo, geralmente, simula a popularidade de contas, conteúdos ou *tweets*, ao inflar artificialmente o engajamento, mediante atividades coordenadas executadas por múltiplas contas ou automação por *script*;

b) a oposição às atividades que possam manipular ou interferir em eleições ou outros atos cívicos, através da indução de pessoas ao erro: o *Twitter/X* fundamenta-se na ideia de que a manipulação dessas informações se opõe à liberdade de expressão, quanto aos atos cívicos abrangidos nesta categoria, eles incluem as eleições, o Censo e as grandes iniciativas de referendo e votação. A plataforma não prioriza a adoção de medidas contra conteúdos satíricos ou humorísticos, entretanto, em virtude da importância desses momentos, permite a aplicação de marcação destes *tweets* quando enquadrados nesta classificação;

c) a desaprovação de identidades enganosas ou falsas, utilizadas para induzir ao erro ou iludir outros usuários: neste caso, a violação da autenticidade não está no conteúdo disseminado e sim na conta, que simula ser uma pessoa, grupo ou organização que não é (falsa identidade), ou finge ser alguém que não existe (identidade falsa);

d) a proibição do compartilhamento de mídias sintéticas, manipuladas ou enganosas com o potencial de causar danos: abrange mídias enganosas compartilhadas em imagem, vídeo, áudio ou GIF, sendo que a falsidade ou a intenção de enganar pode advir da edição, manipulação, pós-processamento ou inserção de contexto falso nas mídias, a categoria também incorpora conteúdos com potencial para gerar confusão generalizada sobre questões públicas

¹⁵³TWITTER. **Regras e políticas**. 2023. Disponível em: <https://help.twitter.com/pt/rules-and-policies>. Acesso em: 17 jun. 2023.

¹⁵⁴TWITTER. **As regras do Twitter**. Disponível em: <https://help.twitter.com/pt/rules-and-policies/twitter-rules>. Acesso em: 27 jun. 2023.

¹⁵⁵TWITTER. **Regras e políticas**. 2023. Disponível em: <https://help.twitter.com/pt/rules-and-policies>. Acesso em: 17 jun. 2023.

ou de segurança pública, como instabilidade civil ou incitação de violência. O *Twitter/X* utiliza tecnologia própria e aceita denúncia de terceiros para determinar a existência de manipulação.

Do exposto, denota-se que as principais atividades desenvolvidas em campanhas de desinformação, constituem-se como práticas vedadas pelas regras do *Twitter/X*, que mantêm normativas mais rígidas e claras contra a desinformação.

Em geral, as medidas corretivas¹⁵⁶, propostas diante da constatação ou denúncia dessas violações, dependem da gravidade do caso e podem resultar: na limitação da visibilidade do *tweet* (redução de alcance); na exclusão do *tweet* da possibilidade de anúncios; a plataforma pode exigir a remoção do *tweet* pelo autor; a rotulagem do *tweet* como contendo informações falsas ou enganosas, neste caso, permite-se o fornecimento de informações adicionais ou contexto através do programa “notas da comunidade”; as sucessivas violações também podem ensejar na suspensão da conta do usuário, ou na configuração do modo somente leitura (a conta sofre limitações para *tweetar*, *retweetar* e curtir); também é possível exigir o procedimento de verificação de propriedade da conta¹⁵⁷.

O *Twitter/X*, por regra, restringe a adoção de medidas contra a desinformação para os casos mais graves, por isso, indica não haver violação as suas regras, nos casos de declarações imprecisas, conteúdo orgânicos polarizados, debates sobre enquetes públicas, votação e audiência jogos ou programas de competição, pseudônimos, paródias, sátiras e fã clube¹⁵⁸.

Além das categorias supramencionadas, o *Twitter/X* enuncia mais dois artigos sobre comportamentos atinentes à desinformação: a política de desinformação em momentos de crise e informações enganosas sobre a COVID-19.

A política de desinformação em momentos de crise refere-se à possibilidade do uso de contas para disseminação de informações falsas ou enganosas que possam prejudicar a população afetada pela crise, a qual pode ser entendida como situações adversas de ameaça à vida ou à segurança física ou saúde, etc., atualmente, a política se aplica ao conflito armado internacional, e as medidas adotadas contra as violações são semelhantes àquelas destinadas à violação da autenticidade, com o acréscimo da priorização da visibilidade de *tweets* de mídias estatais ou verificadas e da limitação de impressões das contas violadoras¹⁵⁹.

¹⁵⁶TWITTER. **Política contra spam e manipulação da plataforma.** Disponível em: <https://help.twitter.com/pt/rules-and-policies/platform-manipulation>. Acesso em: 27 jun. 2023.

¹⁵⁷TWITTER. **Nossas opções de medidas corretivas.** Disponível em: <https://help.twitter.com/pt/rules-and-policies/enforcement-options>. Acesso em: 27 jun. 2023.

¹⁵⁸TWITTER. **Política de mídia sintética e manipulada.** Disponível em: <https://help.twitter.com/pt/rules-and-policies/manipulated-media>. Acesso em: 27 jun. 2023.

¹⁵⁹TWITTER. **Política de desinformação em momentos de crise.** Disponível em: <https://help.twitter.com/pt/rules-and-policies/crisis-misinformation>. Acesso em: 27 jun. 2023.

A política de informações enganosas sobre a COVID-19¹⁶⁰ foi criada para coibir a propagação de teorias conspiratórias, alarmistas e informações sem embasamento em pesquisas, reprime-se o compartilhamento de conteúdo comprovadamente falso ou enganoso e que possa causar danos.

De forma mais abrangente, o *Twitter/X* também criou disciplina sobre conteúdos duplicados e *copypasta*, apesar de não ser de uso exclusivo da desinformação, pode ser usada para este fim, especialmente em atividades coordenadas ou de campanha, com o uso de múltiplas contas. *Copypasta* traduz-se nas ações de duplicação de conteúdo (copiar + colar), a prática pode simular a autenticidade sobre determinado debate, manipular a relevância, além de tornar o tema repetitivo (*spam*) ou inconveniente¹⁶¹. Os comportamentos identificados podem ter a visibilidade limitada na plataforma.

Para conteúdos potencialmente enganosos, o *Twitter/X* criou o programa intitulado de “notas da comunidade”¹⁶², a sua função principal é adicionar contexto de informações em *tweets* com potencial enganoso. De maneira semelhante ao *Facebook*, que possibilita a checagem de informações por agências, o *Twitter/X* terceiriza a adição de contexto, no entanto, por pessoas previamente cadastradas para este fim, os membros da comunidade.

Os colaboradores do programa passam pelo processo de inscrição (voluntária) e qualificação, antes de receberem o poder para criar notas. O *Twitter/X* busca se eximir da responsabilidade sobre o conteúdo afirmado nas notas, ao declarar que a nota não representa o ponto de vista do *Twitter/X* e, além disso, não pode ser editado ou modificado por sua equipe, apesar disso, há mecanismos de controle de qualidade das notas¹⁶³.

Basicamente, as notas são anonimizadas e exibidas conforme outros membros com pontos de vista diferentes a caracterizam como “útil”, se um número expressivo de membros ratificarem a utilidade da nota, ela passa a ser exibida juntamente com o *tweet* (neste caso, com conteúdo potencialmente enganoso) publicado por algum usuário¹⁶⁴. É possível denunciar as notas e realizar auditorias sobre o programa, através dos dados cedidos pela plataforma.

¹⁶⁰TWITTER. **Política de informações enganosas sobre a COVID-19**. Disponível em:

<https://help.twitter.com/pt/rules-and-policies/medical-misinformation-policy>. Acesso em 27 jun. 2023.

¹⁶¹TWITTER. **Política de conteúdo duplicado e copypasta**. Disponível em: <https://help.twitter.com/pt/rules-and-policies/copypasta-duplicate-content>. Acesso em: 27 jun. 2023.

¹⁶²TWITTER. **Sobre as notas da comunidade no Twitter**. Disponível em: <https://help.twitter.com/pt/using-twitter/community-notes>. Acesso em: 27 jun. 2023.

¹⁶³TWITTER. **Guia de notas da comunidade**. Disponível em: <https://communitynotes.twitter.com/guide/pt>. Acesso em: 27 jun. 2023.

¹⁶⁴TWITTER. **Diversidade de perspectivas**. Disponível em:

<https://communitynotes.twitter.com/guide/pt/contributing/diversity-of-perspectives>. Acesso em: 27 jun. 2023.

Salvo os casos de violação das regras do *Twitter/X*, dos termos de serviço ou da política de privacidade, o *Tweet* que recebe uma nota não é rotulado, resolvido ou removido. Para assegurar a publicidade das notas (e das informações no contexto), os usuários que interagiram com aquele *tweet* (respostas, curtidas ou *retweets*), devem receber a notificação informando que foi adicionado uma nota¹⁶⁵.

Até o momento, é possível adicionar notas em vários *tweets* ao mesmo tempo, por exemplo, para aqueles que reproduzam conteúdo em massa através de uma imagem, nesta ocasião, todos os *tweets* que contenham aquela mídia devem receber uma nota, o recurso ainda não está disponível para vídeos ou *GIFs*¹⁶⁶.

Nos termos de serviço, o *Twitter/X* expressamente desaprova a utilização de seus serviços para disseminar informações fraudulentas, entretanto, assinala que a responsabilidade é dos usuários, uma vez que a plataforma não consegue monitorar e controlar todo o conteúdo gerado¹⁶⁷.

Quanto à política de privacidade¹⁶⁸, o fator que mantém relação direta com a desinformação é a possibilidade de determinada postagem no *Twitter/X* ficar disponível em mecanismos de busca ou outros sites, mesmo após a remoção na plataforma. Sendo assim, caso a informação fraudulenta ou enganosa sofra alguma correção ou remoção, é possível que ela esteja acessível fora do *Twitter/X*.

Em razão dos termos, o *Twitter/X* possui a política mais explícita e direcionada ao combate à desinformação na plataforma, ao elencar medidas corretivas, mescla recursos centralizados, como a redução de alcance de *tweets* e a exigência de remoção de *tweets* para casos concretos mais graves, e descentraliza a adição de contexto para os membros da comunidade, para os problemas em potencial. De certo modo, percebe-se a indução para reduzir a visibilidade de informações de má qualidade, e a adição de mais informação (contexto) para conteúdos inconsistentes.

As plataformas visam adotar medidas a partir das suas visões sobre os limites de aceitabilidade das intervenções na liberdade de expressão. A partir das suas políticas, o *Google* não expressa de maneira precisa o seu posicionamento contra a difusão de desinformação nos seus serviços, a *Meta* está em fase de transição, assumindo ações mais enérgicas, principalmente

¹⁶⁵TWITTER. **Notificações:** leitores adicionaram uma nota a um Tweet que você respondeu, curtiu ou retweetou. Disponível em: <https://communitynotes.twitter.com/guide/pt/contributing/notifications>. Acesso em: 27 jun. 2023.

¹⁶⁶TWITTER. **Notas em mídias.** Disponível em:

<https://communitynotes.twitter.com/guide/pt/contributing/notes-on-media>. Acesso em: 27 jun. 2023.

¹⁶⁷TWITTER. **Termos de serviço.** 2023. Disponível em: <https://twitter.com/pt/tos>. Acesso em: 27 jun. 2023.

¹⁶⁸TWITTER. **Política de privacidade do Twitter.** 2023. Disponível em: <https://twitter.com/pt/privacy>. Acesso em: 27 jun. 2023.

após a pressão social, e o *Twitter/X* se mantém de forma mais objetiva contra a desinformação, ressaltando o que entende ser essencial ao debate público.

Nesta lógica, a discussão sobre o combate à desinformação, em contexto regulatório mais abrangente, também identifica na liberdade de expressão a sua questão mais crucial, mormente, ao considerar o modelo de regulação ideal e os *standards* regulatórios que o sustentam. Em função disso, busca-se aprofundar esta análise no capítulo a seguir.

2 O PARADIGMA DA LIBERDADE DE EXPRESSÃO E OS *STANDARDS* REGULATÓRIOS

O escopo deste capítulo é examinar o paradigma constitucional da liberdade de expressão e discutir como a sua compreensão reflete nas possibilidades regulatórias.

A desinformação é evidenciada no processo de comunicação, desse modo, depreende-se que as medidas pensadas para a combater sejam direcionadas para a moderação do discurso nas mídias sociais. Ordinariamente, as agendas construídas para enfrentar a desinformação, em maior ou menor grau, consistirão na regulação do discurso, afetando diretamente o que se entende por liberdade de expressão, nesta hipótese, há duas questões substanciais: quem irá regular? e como irá regular?

A discussão sobre “quem?” irá regular, reside na definição do modelo regulatório com maior ou menor intervenção do Estado, contudo, é inadequado somente estabelecer o sujeito regulador sem a fixação de *standards* regulatórios eficientes (padrões sobre “como regular?”), além disso, vale enfatizar que a tese da impossibilidade de regular o discurso nas mídias sociais encontra-se superada, conforme evidenciado no primeiro capítulo, as próprias empresas criam *standards* comportamentais nas suas políticas e nos termos de serviço, a controvérsia não recai sobre a possibilidade de regulação, no entanto, consiste em conceber como esses padrões irão conviver, ou não, com eventual regulação do Estado. Neste cenário, preliminarmente, pode-se inferir que o modelo regulatório depende de vários fatores, e que o seu grau de aceitação social depende de como determinada sociedade legitima a força autorregulatória do mercado e a intervenção estatal.

A ideia de ter o Estado como moderador do discurso é questionada pela possibilidade de abusos de poder, inversamente, permitir que somente as grandes empresas regulem a fala dentro de suas plataformas, pode criar um espaço alternativo onde a proteção do Estado a outros direitos fundamentais seja ineficaz.

Essa dicotomia é visível em usuários que, à primeira vista, entendem que há violação da liberdade de expressão e a imposição de censura, em face da intervenção estatal que crie medidas regulatórias do discurso nas mídias sociais, ainda que sejam reprimendas à desinformação, e naqueles que veem as mídias sociais como um ambiente de insegurança, pela falta de medidas regulatórias efetivas contra a desinformação. A realidade revela uma nova

disputa entre ciberlibertários e ciberpaternalistas que, com algumas releituras, testemunha como continuamos a percorrer a fita de *Möbius*, entre o Direito e a inovação¹⁶⁹.

Em face desta dissonância, entender a liberdade de expressão, enquanto paradigma constitucional, é fundamental para determinar como construir e como interpretar a agenda brasileira no combate à desinformação nas mídias sociais, assim, será possível analisar qual o modelo mais adequado para a realidade brasileira e quais *standards* regulatórios são compatíveis com a não-violação da própria liberdade.

2.1 O PARADIGMA DA LIBERDADE DE EXPRESSÃO

A ideia de paradigma explorada nesta pesquisa está associada à estrutura coletiva do conhecimento científico.

Kuhn expressa a noção circular do termo paradigma, ao reconhecê-lo como o objeto, ou conteúdo compartilhado pela comunidade científica que, ao mesmo tempo, qualifica e dá sentido a esta comunidade, visto que é científica porque partilham paradigmas¹⁷⁰.

Kuhn estabelece algumas diferenças entre regras e paradigmas, para ele, a obtenção do paradigma é mais fácil do que a identificação das regras usuais de um grupo, além disso, compreende ser viável detectar paradigmas sem que a sua interpretação esteja completa, por isso, ressalta que o paradigma pode guiar a pesquisa científica, ainda que ele não seja unânime¹⁷¹.

As comunidades constroem e compartilham propriedades, que são frutos da sua cultura, as ciências humanas exsurgem com a sua natureza hermenêutica para interpretar e construir o significado destas propriedades do comportamento humano, traduzindo-as como conceitos. Consequentemente, a interpretação precisa disponibilizar o conceito para que se possa investigar o fenômeno da pesquisa, a importância dos conceitos também reside no fato de que a troca das lentes conceituais, em princípio, sinaliza a superação de paradigmas¹⁷².

¹⁶⁹BERMAN, Paul Schiff. **Law and Society Approaches to Cyberspace**. Ashgate publishing, 2007. Disponível em: https://scholarship.law.gwu.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1085&context=faculty_publications. Acesso em: 14 abr. 2023.

¹⁷⁰KUHN, Thomas S. **A Estrutura das revoluções científicas**. Tradução: Beatriz Vianna Boeira e Nelson Boeira. 12. ed. São Paulo: Perspectiva, 2013.

¹⁷¹*Ibid.*

¹⁷²KUHN, Thomas S. **O caminho desde A Estrutura: ensaios filosóficos**. Tradução: Cesar Mortari. São Paulo: Editora UNESP, 2006.

O cenário brasileiro, a respeito da regulação da desinformação nas mídias sociais, é marcado por profundos debates sobre a legitimidade da regulação, por isso, assemelha-se ao marco temporal denominado por Kuhn como período pré-paradigmático¹⁷³.

Considerando as disposições constitucionais, podemos analisar a liberdade de expressão como paradigma constitucional, apesar disso, a concepção está sujeita ao senso de precariedade do saber científico e, por isso, se afasta da visão iluminista de racionalidade absoluta¹⁷⁴, desse modo, é possível identificar o consenso compartilhado pelos juristas, sem ignorar a visão de outros atores que impõem força regulatória sobre o sentido da liberdade de expressão, sendo que esta coalisão de forças pode resultar em uma revolução científica¹⁷⁵, assim como pode consolidar a hegemonia do saber atual.

A sociedade é um organismo vivo em constante evolução, sendo assim, é natural que aquilo que se entende, hoje, como liberdade de expressão não perdure pela eternidade, que haja mudanças pontuais no decorrer do tempo, aliás, estas diferenças já são perceptíveis quando analisamos outras sociedades ou ordenamentos jurídicos em Direito comparado.

Carvalho Netto e Scotti propõem operar a interpretação constitucional para além do significado do que ela é, buscando entender “o que a Constituição constitui” em uma comunidade de pessoas, e como essas pessoas percebem a sua própria história refletida na Constituição¹⁷⁶.

Diante disso, não obstante a diversidade de polos e atores que interferem na interpretação do Direito, tendo em vista a possibilidade desses atores serem afetados pela racionalidade institucional de cada seara de atuação¹⁷⁷ — academias, promotorias, procuradorias, segurança pública, políticas públicas e a magistratura —, por exemplo, a interpretação do paradigma será efetuada com base na historicidade com que a liberdade de expressão vem sendo compreendida, principalmente, pela doutrina e pela jurisprudência.

O paradigma funda-se no silêncio compartilhado entre uma sociedade em que não é preciso dizer algo a mais para que determinado tema seja compreendido, “são exatamente essas

¹⁷³KUHN, Thomas S. **A Estrutura das revoluções científicas**. Tradução: Beatriz Vianna Boeira e Nelson Boeira. 12. ed. São Paulo: Perspectiva, 2013.

¹⁷⁴CARVALHO NETTO, Menelick de; SCOTTI, Guilherme. **Os direitos fundamentais e a (in) certeza do Direito**: a produtividade das tensões principiológicas e a superação do sistema de regras. 2 ed. Belo Horizonte: Fórum, 2020.

¹⁷⁵KUHN, Thomas S. **O caminho desde A Estrutura**: ensaios filosóficos. Tradução: Cesar Mortari. São Paulo: Editora UNESP, 2006.

¹⁷⁶CARVALHO NETTO; SCOTTI, *op. cit.*, p.17.

¹⁷⁷ROSA, Alexandre Morais da. **Guia do Processo Penal conforme a teoria dos jogos**. 4 ed. Florianópolis: Empório do Direito, 2017.

precompreensões que integram o pano de fundo da linguagem que constituem o que Kuhn denomina paradigma”¹⁷⁸.

A promulgação da Constituição da República Federativa do Brasil de 1988 (CRFB/1988) foi fundamental para o processo de redemocratização do País, e impôs nova sistemática aos direitos e garantias fundamentais. Todavia, na convivência de diversas esferas de proteção, exsurge o tratamento complexo do direito de liberdade de expressão em face de outros direitos, igualmente, fundamentais¹⁷⁹.

A consolidação da infraestrutura das mídias sociais no ciberespaço agrava esta complexidade, porque reforça o comportamento humano de consumir, interagir e transformar o discurso nas plataformas, neste sentido, há muitos usuários que reclamam por mais liberdade, em outras palavras, tentam o reconhecimento da posição de prevalência da liberdade de expressão sobre outros direitos.

Contudo, por mais que se tenha visão ampla dos limites do exercício da liberdade de expressão, na história do constitucionalismo brasileiro, desde a carta imperial de 1824 e seguidas Constituições de 1891, 1934, 1937, 1946, 1967, 1988, tal exercício, por regra, sempre foi sujeito à responsabilidade pelos abusos de direito¹⁸⁰.

A liberdade de expressão é precedida por um direito geral de liberdade que engloba tantos outros direitos e garantias não previstos expressamente no texto constitucional, podem ser interpretadas como “liberdades implícitas” ou “liberdades fundamentais especiais não nominadas”, como a “liberdade de utilização da informática, o livre e igual acesso à rede de comunicação, a livre disposição de dados pessoais”¹⁸¹.

Amplamente considerada, a liberdade de expressão abrange várias espécies, segundo Sarlet, Marionini; e Mitidiero: “liberdade de manifestação do pensamento”; “liberdade de expressão artística”; “liberdade de ensino e pesquisa”; “liberdade de comunicação e de informação”; e a “liberdade de expressão religiosa”¹⁸².

Nunes Junior compreende que a norma contida no inciso IV, do artigo 5º da CRFB/1988, expressa o direito à livre manifestação do pensamento e, seguidamente, a garantia de que este

¹⁷⁸CARVALHO NETTO, Menelick de; SCOTTI, Guilherme. **Os direitos fundamentais e a (in) certeza do Direito**: a produtividade das tensões principiológicas e a superação do sistema de regras. 2 ed. Belo Horizonte: Fórum, 2020, p.24.

¹⁷⁹SARMENTO, Daniel. A liberdade de expressão e o problema do "Hate Speech". In: SARMENTO, Daniel. **Livres e iguais**: estudos de Direito Constitucional. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2006.

¹⁸⁰SARLET, Ingo Wolfgang; MARINONI, Luiz Guilherme; MITIDIERO, Daniel. **Curso de Direito Constitucional**. 7. ed. São Paulo: Saraiva, 2018.

¹⁸¹*Ibid.*, p.491.

¹⁸²*Ibid.*, p.500-501.

direito não seja exercido no anonimato, para assegurar a responsabilização diante da violação de outros direitos fundamentais¹⁸³.

No ordenamento jurídico brasileiro, os limites da liberdade de expressão não são iguais para todos os sujeitos, visto que há níveis diferentes de amplitude, a depender do titular do discurso, destarte, pode-se evidenciar que: os parlamentares possuem a maior amplitude interpretativa; as manifestações no exercício da arte, pelo sentido e pelas circunstâncias, devem ser percebidas de maneira mais ampla; e a “liberdade de cátedra”, na prática do ensino também deve ser vista em maior escala¹⁸⁴.

Sem embargo da eficácia horizontal dos direitos fundamentais, a ótica mais tradicional da liberdade de expressão a valoriza por ser um direito oponível ao Estado, entretanto, com o passar do tempo, as grandes empresas gerenciadoras das mídias sociais ocuparam lugar de destaque na sociedade.

Com fundamento nas transformações impostas pela esfera digital, Balkin analisa que a liberdade de expressão passou a ser representada por um triângulo¹⁸⁵, formado pela relação do Estado com os falantes e com os detentores da infraestrutura de governança privada, como o *Facebook*, o *Instagram*, o *Google* e o *Twitter/X*, neste contexto, a regulação dualista da fala é característica ultrapassada (do século XIX e XX), por isso, atualmente, a regulação da fala tem caráter pluralista.

A desinformação é um fenômeno que se desenvolveu aproveitando as infraestruturas privadas, organizadas nas mídias sociais, portanto, também retrata a oposição entre o público e o privado.

À guisa de exemplificação, se o Estado impõe, a todo tempo, a sua interpretação de mundo nestes espaços, qual autonomia privada sobriaria para estas corporações? Do contrário, se elas são autônomas para permitir a ocorrência de lesão a direitos fundamentais, sem a interferência do Estado, significa que as regras de Direito Público e as próprias normas constitucionais não podem penetrar neste ambiente?

É visível a complexidade da questão, que reflete um dos desafios centrais dos direitos fundamentais, a permanente tensão entre direitos cuja inclusão de um pode significar a exclusão

¹⁸³NUNES JUNIOR, Flávio Martins Alves. **Curso de Direito Constitucional**. 7. ed. São Paulo, SaraivaJur, 2023. *E-book*.

¹⁸⁴*Ibid.*, local. 389.

¹⁸⁵BALKIN, Jack M. Free speech is a triangle. **Columbia Law Review**, 2018. Disponível em: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3186205. Acesso em 25 set. 2023.

de outro. É imprescindível que os espaços públicos respeitem os direitos privados, noutra giro, os direitos privados também consolidam a preservação de direitos públicos¹⁸⁶.

Dallari aduz que os direitos se entrelaçam, convivem entre si, coexistem e, por isso, seria inadequado conceber limites rígidos de um direito em relação ao outro¹⁸⁷.

A Constituição está conectada à sociedade que a constitui, que é influenciada pela cultura, pelas práticas sociais e pelo momento histórico, investigar a agenda brasileira no combate à desinformação nas mídias sociais, perpassa pela compreensão de como os avanços e retrocessos, na história e na interpretação das normas constitucionais, vão impactar no paradigma da liberdade de expressão.

Os paradigmas não são imutáveis e inalcançáveis pelas mudanças nas práticas sociais, pelo contrário, segundo Dworkin¹⁸⁸ “os paradigmas fixam as interpretações, mas nenhum paradigma está a salvo de contestação por uma nova interpretação que considere melhor outros paradigmas e deixe aquele de lado, por considerá-lo um equívoco”.

Ao estabelecer a premissa de que a ciência é precária e que os “usos, costumes e tradições” devem ser questionados e continuamente renovados/validados/crivados, considera-se que a Constituição pode ser uma obra em constante construção¹⁸⁹.

A despeito disso, a promulgação da CRFB/1988 não a consolidou como um produto acabado e estável, a “pluralidade de intérpretes” tem sinalizado que a “luta constituinte” “continuava depois de aprovada a constituição” (CANOTILHO, 2008, p. 119 citado por SOUSA JUNIOR 2019, p. 2805)¹⁹⁰.

O combate à cultura da desinformação nas mídias sociais é uma realidade mundial, os *gatekeepers* operam forças regulatórias sobre a hermenêutica constitucional da liberdade de expressão, sendo que o resultado final deste embate, eventualmente, impactará na regulação do discurso, com cada ordenamento jurídico adotando o modelo de regulação ajustado a sua realidade constitucional.

Outra problemática é a eleição de modelos com maior ou menor intervenção do Estado, utilizando *standards* mais autoritários ou mais liberais. A tensão é natural do Direito, Lyra

¹⁸⁶CARVALHO NETTO, Menelick de; SCOTTI, Guilherme. **Os direitos fundamentais e a (in) certeza do Direito**: a produtividade das tensões principiológicas e a superação do sistema de regras. 2 ed. Belo Horizonte: Fórum, 2020.

¹⁸⁷DALLARI, Dalmo de abreu. **Ética**. Livro de domínio público, 2003. *E-book*.

¹⁸⁸DWORKIN, Ronald. **O império do Direito**. Tradução: Jeferson Luiz Camargo. 3 ed. São Paulo: Martins Fontes, 2014, p.89.

¹⁸⁹CARVALHO NETTO; SCOTTI, *op. cit.*, p. 19.

¹⁹⁰SOUSA JUNIOR, José Geraldo. O Direito Achado na Rua: condições sociais e fundamentos teóricos. **Direito e práxis**. Rio de Janeiro, v.10, n.4, p. 2776-2817, 2019. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rdp/a/CNNz75q4mnFdnjKzWnZY7sj/?lang=pt>. Acesso em: 25 set. 2023.

Filho¹⁹¹ aduz que “à dialética da realização do Direito, que é uma luta constante entre progressistas e reacionários [...] Esta luta faz parte do Direito, porque o Direito não é uma ‘coisa’ fixa, parada, definitiva e eterna, mas um processo de libertação permanente”.

A par das diversas possibilidades de manifestação da desinformação, é extremamente difícil definir o limite do discurso aplicável a todos os casos. As mídias sociais facilitam o exercício da liberdade de expressão, criam possibilidades democráticas, todavia, quando a sua manifestação é direcionada para a afronta a outros direitos fundamentais, percebe-se a sua capacidade lesiva, essa lógica paradoxal agravada pelo consumo, não só das informações e dos serviços digitais, mais do que isso, da exploração de direitos, caracteriza a “antropofagia democrática”¹⁹².

É bastante improvável que a disseminação da desinformação — seja de informações falsas, informações fraudulentas ou da fraude informacional por difusão — conseguirá ser desagregada do seu caráter lesivo. A prática da desinformação nas mídias sociais, independentemente da motivação pessoal ou institucional de quem a propaga, gera riscos evidentes ao direito à informação de outrem e, a depender do caso, pode afrontar outros direitos fundamentais, como a honra, a imagem, a vida privada e a intimidade.

Neste contexto, ao analisar os extremos das posições antagônicas, podemos observar duas possibilidades: a) a desinformação corresponderia ao exercício legítimo da liberdade de expressão; b) ou o tipo de discurso contido na desinformação não se encontra abrigado pela liberdade de expressão.

No primeiro caso, seria admitido o direito de falar qualquer coisa sobre qualquer coisa¹⁹³ (ou algo muito próximo a isso), e a liberdade de expressão teria posição privilegiada, por não se limitar perante outros direitos fundamentais. Na segunda hipótese, seria reconhecido que a liberdade de expressão não se sobrepõe a outros direitos fundamentais e que, inclusive, possui eles como limite, todavia, se o discurso é considerado ilícito, a sua cassação (naturalmente) implicará em medidas de censura e de responsabilização.

No entanto, conforme mencionado alhures, no histórico constitucional brasileiro, a liberdade de expressão não detém a imunidade diante da responsabilização do agente pela

¹⁹¹LYRA FILHO, Roberto. **O que é Direito**. 11. ed. São Paulo: Editora Brasiliense, 1982. *E-book*, local. 53.

¹⁹²COSTA, Alexandre Bernardino; TORRACA, Lia Beatriz Teixeira. Os desafios da era da antropofagia democrática: os humanos digitais e a atualidade da Declaração Universal dos Direitos Humanos. **Arquivo Jurídico**. Teresina, v.5, n.1, p.20-39, jan./jun. 2018. Disponível em: <https://revistas.ufpi.br/index.php/raj/article/view/8450>. Acesso em: 26 set. 2023, p.21.

¹⁹³STRECK, Lenio Luiz. Como se prova qualquer tese em Direito. **Consultor Jurídico**. Disponível em: <https://www.conjur.com.br/2012-abr-26/senso-incomum-prova-qualquer-tese-direito>. Acesso em: 24 out. 2023.

prática de eventuais abusos, de todo modo, a CRFB/1988, a despeito da norma contida no inciso IX, do artigo 5º, também é contrária à censura.

Mediante o exposto, podemos registrar a pré-compreensão de que o paradigma da liberdade de expressão não ilustra um direito irrestrito, entretanto, isso ainda é insuficiente, e em decorrência do rigor e da importância da discussão, nos direciona a investigar os seus limites interpretativos.

Nunes Junior admite a relatividade dos direitos fundamentais, que consiste no impedimento de serem usados para violar outros direitos com ele colidentes. Quanto à liberdade de expressão, descreve duas espécies de limites: a) Os limites externos, que são expressos em leis infraconstitucionais, e dispõem sobre a ilicitude da prática do racismo, dos crimes contra a honra e da apologia ao crime; b) os limites internos ou imanentes, os quais são compreensíveis dentro do significado da liberdade de expressão, radicam na ideia de que nem todos os discursos merecem proteção, como os discursos de ódio e “as notícias falsas ou inverídicas (fake news)”¹⁹⁴.

Souza, Silva e Rodrigues¹⁹⁵ propõem estabelecer tutela jurídica diversa (da liberdade de expressão) para os comentários e postagens em redes sociais, porque questionam se este suposto “direito fundamental de postar e comentar” se equipara a relevância da manifestação artística, jornalística ou literária. Para os juristas, em muitos casos, a interação social nas redes sociais colabora para minar o sentido da própria liberdade.

Tendo em vista a lógica de investigar o que a norma constitucional constitui (para além daquilo que é), apesar de assentirmos que o discurso nas mídias sociais se reveste de atributos próprios, divergimos de interpretá-lo fora do escopo da liberdade de expressão, porque o fundamento da ilicitude desses discursos deve decorrer da lesividade a outros direitos fundamentais, e não pela falta de enquadramento topológico em subcategorias da liberdade de expressão. Nesta senda, a disseminação de desinformação nas mídias sociais transporta a sua ilicitude em razão da ofensividade do discurso, e não pelo desvalor da via em que ele ocorre.

Em sentido diverso, as inovações na esfera digital não devem rebaixar as possibilidades de discurso, porém, se apropriar dos instrumentos tecnológicos para favorecer a proteção da

¹⁹⁴NUNES JUNIOR, Flávio Martins Alves. **Curso de Direito Constitucional**. 7. ed. São Paulo, SaraivaJur, 2023. *E-book*, local. 393.

¹⁹⁵SOUZA, Eduardo Nunes de; SILVA, Rodrigo da Guia; RODRIGUES, Cássio. Desafios atuais à disciplina jurídica da liberdade de expressão nas redes sociais. *In*: EHRHARDT JÚNIOR, Marcos; LOBO, Fabíola Albuquerque; ANDRADE, Gustavo. (coord.). **Liberdade de expressão e relações privadas**. Belo Horizonte: Fórum, 2021, p.129.

liberdade de expressão que, progressivamente, dependerá do domínio desta infraestrutura¹⁹⁶. Em razão disso, novas possibilidades de interação surgem, como a facilidade da cópia e da distribuição, a erosão de barreiras linguísticas e culturais, a inovação na transformação e manipulação da informação, que facilitam a democratização do discurso, através da possibilidade de interação com os conteúdos, dessa forma, salvo os diálogos manifestamente lesivos, novas formas de manifestação podem ser incorporadas à semântica da liberdade de expressão.

A visão pessimista das manifestações nas mídias sociais culmina com a redução da qualidade do discurso, que é reforçado pela infraestrutura organizada em plataforma, cujo objetivo é aumentar a audiência e os lucros com a publicidade, em razão do senso de escassez de atenção, as empresas visam direcionar o usuário para condutas compatíveis com esses interesses¹⁹⁷, assemelha-se a ideia de indiferença radical¹⁹⁸.

Andrade¹⁹⁹ identifica dois vieses na liberdade de expressão, a de entendê-lo, substancialmente, como direito individual, ou seu caráter instrumental, como meio para promover valores democráticos.

Verifica-se que, por mais individualista que seja a liberdade de expressão, ela é (paralelamente) comunitária, e se ela possui algum significado democrático, ele se dá no sentido mais extenso, porque não se trata apenas do convívio em sociedade, mas, da oportunidade da fala das pessoas, portanto, a liberdade é um direito individual enraizado na promoção de uma cultura democrática²⁰⁰.

A concepção de cultura democrática importa em como a participação na cultura reflete a manifestação do eu, que no ordenamento jurídico brasileiro, reafirma o princípio da dignidade da pessoa humana, neste contexto, contraria a visão periférica que algumas teorias expressam sobre a cultura popular, a título de exemplo, a visão progressista concebe a liberdade de expressão, mais no sentido da deliberação democrática ou do debate sobre questões públicas, do que o discurso voltado para outros assuntos, mais individualistas, só que a visão ignora o

¹⁹⁶BALKIN, Jack M. Digital speech and democratic culture: A theory of freedom of expression for the information society. *New York University Law Review*, v. 79, p. 2, 2004. Disponível em: http://digitalcommons.law.yale.edu/fss_papers/240/. Acesso em: 14 abr. 2023.

¹⁹⁷*Ibid.*

¹⁹⁸ZUBOFF, Shoshana. **A era do Capitalismo de Vigilância**: a luta por um futuro humano na nova fronteira do poder. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2021. *E-book*.

¹⁹⁹ANDRADE, Gustavo Henrique Baptista. Liberdade de Expressão, Estado de Direito e Democracia. In: EHRHARDT JÚNIOR, Marcos; LOBO, Fabíola Albuquerque; ANDRADE, Gustavo. (coord.). **Liberdade de expressão e relações privadas**. Belo Horizonte: Fórum, 2021.

²⁰⁰BALKIN, *op. cit.*

sentido participativo da liberdade de expressão, que ocorre de maneira interativa no meio e apropriativa da própria cultura preexistente²⁰¹.

A interpretação ampla da liberdade de expressão também é defendida pelas grandes empresas, mas, prospectam no sentido de combate às investidas de regulação pelo Estado, ironicamente, concebem o mesmo direito de maneira restrita, quando confrontados com os seus direitos de propriedade intelectual e interesses de mercado, no intuito de ter soberania sobre a sua própria tecnologia, transformam a liberdade de expressão num suposto direito de estar livre de regulamentação comercial²⁰².

De todo modo, foi neste espaço pouco regulamentado que houve a amplificação de discursos incompatíveis com a democracia²⁰³ (como a desinformação e o discurso de ódio), e saber como preservá-la, neste ambiente, é um dos desafios aos juristas da atualidade²⁰⁴.

Os debates sociais mais recentes sobre as propostas de aumento da regulação das aplicações do ciberespaço, especialmente das mídias sociais, fazem parecer que há oposição entre a regulação do discurso e a liberdade de expressão, no entanto, na era do Capitalismo de Vigilância, essa incompatibilidade não existe, porque em razão da supremacia da liberdade das plataformas, a regulação é fundamental para assegurar a efetividade da liberdade de expressão²⁰⁵, igualmente, em 2004, antes da hegemonia das mídias sociais, Balkin²⁰⁶ já defendia a necessidade de regulação, para assegurar a participação democrática dos usuários e evitar que o interesse privado e a busca de lucros dissolvesse a liberdade de expressão.

Se por um lado, a princípio, a liberdade de expressão não é antagonista da regulação do discurso, inclusive não deveria ser vista como oposição a outros direitos que representam exteriorizações da dignidade da pessoa humana²⁰⁷, porque esse arcabouço de direitos é instituído para promovê-la.

²⁰¹BALKIN, Jack M. Digital speech and democratic culture: A theory of freedom of expression for the information society. *New York University Law Review*, v. 79, p. 2, 2004. Disponível em: http://digitalcommons.law.yale.edu/fss_papers/240/. Acesso em: 14 abr. 2023.

²⁰²*Ibid.*

²⁰³COHEN, Julie E. Tailoring Election Regulation: The Platform Is the frame. *4 Georgetown Law Technology Review*, v4, p.641-663, 2020. Disponível em: <https://scholarship.law.georgetown.edu/facpub/2537/>. Acesso em: 28 set. 2023.

²⁰⁴ANDRADE, Gustavo Henrique Baptista. Liberdade de Expressão, Estado de Direito e Democracia. In: EHRHARDT JÚNIOR, Marcos; LOBO, Fabíola Albuquerque; ANDRADE, Gustavo. (coord.). **Liberdade de expressão e relações privadas**. Belo Horizonte: Fórum, 2021.

²⁰⁵FRAZÃO, Ana; MEDEIROS, Ana Rafaela. Responsabilidade civil dos provedores de internet: a liberdade de expressão e o art.19 do Marco Civil. In: EHRHARDT JÚNIOR, Marcos; LOBO, Fabíola Albuquerque; ANDRADE, Gustavo. (coord.). **Liberdade de expressão e relações privadas**. Belo Horizonte: Fórum, 2021.

²⁰⁶BALKIN, *op.cit.*

²⁰⁷SOUZA, Eduardo Nunes de; SILVA, Rodrigo da Guia; RODRIGUES, Cássio. Desafios atuais à disciplina jurídica da liberdade de expressão nas redes sociais. In: EHRHARDT JÚNIOR, Marcos; LOBO, Fabíola Albuquerque; ANDRADE, Gustavo. (coord.). **Liberdade de expressão e relações privadas**. Belo Horizonte: Fórum, 2021.

Abstratamente, é temerário determinar a prevalência da liberdade de expressão sobre outros direitos igualmente relevantes, haja vista que em condições normais eles possuem o mesmo propósito, desta forma, a identificação de posição preferencial deve ficar resguardada aos casos difíceis, às resoluções de conflitos práticos na colisão de direitos fundamentais, que podem ser resolvidos pelo raciocínio de ponderação, o qual apesar de ser mais característico da atuação do Poder Judiciário, também pode ser realizado nas atividades legislativas, na Administração Pública e por particulares²⁰⁸.

Sem embargo, a tese de prevalência da liberdade de expressão sobre outros direitos não é fruto do acaso, e pode demonstrar a aproximação entre culturas.

Particularmente, é evidente a influência da Constituição dos Estados Unidos da América de 1787 e, em especial, da doutrina da primeira emenda, promulgada em 1798, sobre o discurso público a respeito da regulação da liberdade de expressão nas mídias sociais, que é corroborada pela condição de imunidade de responsabilidade civil das plataformas digitais pela moderação de conteúdo, conforme previsto na seção 230 do *Communications Decency Act* (CDA)²⁰⁹.

Considerando que a matriz e a origem das grandes empresas de tecnologia (como *Facebook*, *Google* e *Twitter/X*) tem como sede os EUA, é previsível que elas queiram exportar o valor norte-americano de liberdade de expressão²¹⁰.

A doutrina da primeira emenda estrutura o modelo norte-americano, que prioriza a liberdade de expressão sobre outros direitos. O modelo possui fundamento no liberalismo e, por sobrevalorizar a liberdade de expressão, cria vários obstáculos para a restrição da fala²¹¹

O senso comum, em função da visão ampla que o modelo norte-americano tem sobre a liberdade de expressão, tende a vê-lo como um direito absoluto, o que legitimaria a impossibilidade da regulação do discurso pelo Estado, no entanto, a jurisprudência norte americana tem admitido algumas exceções.

O modelo norte-americano possui fundamento na teoria do *Marketplace of Ideas* (mercado livre de ideias), que consiste na crença de que a competição livre de ideias é capaz de suprimir as ideias medíocres, visto que não terão maior aceitação na sociedade, por isso, não há necessidade de maiores intervenções do Estado no discurso público. No entanto, a

²⁰⁸SOUZA NETO, Cláudio Pereira de; SARMENTO, Daniel. **Direito Constitucional**: teoria, história e métodos de trabalho. 2.ed Belo Horizonte: Fórum, 2014.

²⁰⁹HELM, Rebecca K; NASU, Hitoshi. Regulatory Responses to Fake News and Freedom of Expression: Normative and Empirical Evaluation. **Human Rights Law Review**. vol. 21, p. 302-328, 2021. Disponível em: <https://academic.oup.com/hrlr/article/21/2/302/6129940>. Acesso em: 22 abr. 2023.

²¹⁰BALKIN, Jack M. Free speech is a triangle. **Columbia Law Review**, 2018. Disponível em: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3186205. Acesso em: 25 set. 2023.

²¹¹NUNES JUNIOR, Flávio Martins Alves. **Curso de Direito Constitucional**. 7. ed. São Paulo, SaraivaJur, 2023. *E-book*.

jurisprudência norte-americana tem criado algumas exceções, conforme sintetizado por Nunes Junior²¹²:

a) O teste de Brandeburg ou da ação ilegal iminente: consiste na possibilidade de proibição do discurso, quando ele incitar uma ação ilegal iminente e houver a probabilidade de produzi-la;

b) A Doutrina das *Fighting words*: são palavras que não se encontram abrigadas pela liberdade de expressão, não-expressas explicitamente no texto constitucional porque não houve condições de serem previstas, são palavras ofensivas, obscenas, indecentes que criam declarações de incitação à violência ou perturbação da paz;

c) O teste de Miller: um teste para definir quando a obscenidade não é protegida pela primeira emenda;

d) Outras limitações legais: vedações à pornografia infantil, e proibição das autoridades religiosas em apoio ou oposição à candidatos políticos.

Neste sentido, muitos juristas —ao analisar o modelo norte-americano—, evidenciam que a disseminação da desinformação seria protegida pela liberdade de expressão nos EUA, é o entendimento de Nunes Junior, ou que “*fake news*” se enquadrariam no conceito de “discurso público” e, em razão disso, estariam protegidas pela primeira emenda²¹³.

Igualmente, para Sanders e Jones²¹⁴ há inconstitucionalidade presumida, a qualquer tentativa de regulação estatal com base em conteúdo, logo, a restrição da fala é uma afronta aos princípios da primeira emenda.

Todavia, esse entendimento não é totalmente livre de críticas, Julie Cohen analisa que os juristas têm tido dificuldades para reconhecer as mudanças de paradigmas acerca do enquadramento do discurso nas plataformas digitais, e que o argumento da força da primeira emenda somente fortalece a autoridade privada das grandes empresas para manter a soberania de suas governanças e mitigarem a possibilidade de responsabilização, é uma falha que beneficia atores poderosos, porque considerando que a governança de conteúdo pode afetar as

²¹²NUNES JUNIOR, Flávio Martins Alves. **Curso de Direito Constitucional**. 7. ed. São Paulo, SaraivaJur, 2023.*E-book*.

²¹³THE INFORMATION SOCIETY PROJECT; THE FLOYD ABRAMS INSTITUTE FOR FREEDOM OF EXPRESSION. **Fighting Fake News Workshop Report**, 2017. Disponível em: <https://law.yale.edu/isp/initiatives/floyd-abrams-institute-freedom-expression/practitioner-scholar-conferences-first-amendment-topics/fighting-fake-news-workshop>. Acesso em: 22 abr. 2023, p7.

²¹⁴SANDERS, Amy Kristin; JONES, Rachel L. Clicks at Any Cost: Why Regulation Won't Upend the Economics of Fake News. **The Business, Entrepreneurship & Tax Law Review**, v.2, 339-358, 2018. Disponível em: <https://scholarship.law.missouri.edu/betr/vol2/iss2/6/>. Acesso em: 22 abr. 2023, p. 348.

prioridades das empresas, é mais conveniente alegarem que a moderação caracteriza censura²¹⁵ e, de certo modo, este argumento tem sido um “triumfo narrativo”²¹⁶.

Diante da interpretação mais ampla dada à liberdade de expressão pela primeira emenda, criaram-se narrativas que caracterizam a competição mundial para os países imporem seus valores sobre o regulamento da fala²¹⁷, desse modo, com o estreitamento das relações culturais e econômicas entre os países, o transporte semântico do paradigma constitucional da primeira emenda tem sido forçado e demandado para o Brasil.

Este movimento é nocivo para o ordenamento jurídico brasileiro, porque deprecia a cultura constitucional²¹⁸, que retrata como a sociedade absorve, adere e contribui para a garantia da efetividade da CRFB/1988.

A posição preferencial da liberdade de expressão, posta pelo modelo norte-americano, diverge do modelo brasileiro, o qual se aproxima mais do modelo alemão, porque não estabelece posição preferencial e assegura a inviolabilidade de outros direitos (como a imagem, a privacidade, a honra e a imagem)²¹⁹.

Nunes Junior²²⁰, da mesma forma, expõe que o modelo alemão se assemelha ao brasileiro, visto que a liberdade de expressão possui o mesmo *status* dos demais direitos fundamentais, com a ressalva de que, o princípio da dignidade da pessoa humana detém a máxima hierarquia.

A importação do significado da liberdade de expressão, feita sem critérios razoáveis, estabelece a desconexão entre a sociedade e a sua própria história e cultura, prejudicando a interpretação e a aplicação do Direito, através da atribuição de valor que não cabe na CRFB/1988²²¹.

²¹⁵COHEN, Julie E. From Lex Informatica to the Control Revolution. **Berkley Technology Law Journal**, v. 36, n.3, 2022. Disponível em: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3854219. Acesso em: 28 set. 2023.

²¹⁶COHEN, Julie E. Infrastructuring the Digital Public Sphere. **25 Yale J. L & Tech**. [forthcoming], 2023. Disponível em: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=4434201. Acesso em: 28 set. 2023, p.8.

²¹⁷BALKIN, Jack M. Free speech is a triangle. **Columbia Law Review**, 2018. Disponível em: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3186205. Acesso em: 25 set. 2023.

²¹⁸SOUZA NETO, Cláudio Pereira de; SARMENTO, Daniel. **Direito Constitucional: teoria, história e métodos de trabalho**. 2.ed Belo Horizonte: Fórum, 2014.

²¹⁹SARLET, Ingo Wolfgang. Liberdade de expressão e biografias não autorizadas — notas sobre a ADI 4.815. **Consultor jurídico**, 2015. Disponível em: <https://www.conjur.com.br/2015-jun-19/direitos-fundamentais-liberdade-expressao-biografias-nao-autorizadas>. Acesso em: 29 set. 2023.

²²⁰NUNES JUNIOR, Flávio Martins Alves. **Curso de Direito Constitucional**. 7. ed. São Paulo, SaraivaJur, 2023. *E-book*.

²²¹SOUZA, Eduardo Nunes de; SILVA, Rodrigo da Guia; RODRIGUES, Cássio. Desafios atuais à disciplina jurídica da liberdade de expressão nas redes sociais. In: EHRHARDT JÚNIOR, Marcos; LOBO, Fabíola Albuquerque; ANDRADE, Gustavo. (coord.). **Liberdade de expressão e relações privadas**. Belo Horizonte: Fórum, 2021.

No Brasil, no julgamento do caso *Ellwanger*²²², o STF decidiu que a liberdade de expressão não resguarda a prática de condutas de incitação ao racismo, e que as liberdades individuais devem ser exercidas de maneira harmônica, respeitando os limites da CRFB/1988, para tanto, priorizou-se a dignidade da pessoa humana e o princípio da igualdade em oposição à liberdade de expressão.

Substanciando esta interpretação, o enunciado nº 613, do Centro de Estudos Judiciários do Conselho de Justiça Federal²²³, aprovado na VIII Jornada de Direito Civil dispõe que “A liberdade de expressão não goza de posição preferencial em relação aos direitos da personalidade no ordenamento jurídico brasileiro”.

Em contrapartida, seguindo outro sentido lógico, a norma contida no artigo 19, *caput*, do Marco Civil da Internet (MCI)²²⁴ — Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014 — estabelece a reserva da liberdade de expressão e a inibição da censura, para condicionar a responsabilidade civil dos provedores de aplicações de internet, que somente será configurada, quando não observar ordem judicial específica, que determine a indisponibilidade de conteúdos gerados por terceiros.

Sob esse aspecto, o MCI, ao superestimar a liberdade de expressão e mitigar a responsabilidade dos provedores de aplicação, reduziu a tutela da vítima, que possuía mais proteção com o entendimento que já vinha sendo aplicado pela jurisprudência²²⁵.

Tendo em vista as novas concepções acerca das aplicações de internet, especialmente, ao considerar a oposição da atuação das grandes empresas à ideia de neutralidade de rede, além disso, da mitigação de sua responsabilidade e os impactos no princípio constitucional da vedação da proteção insuficiente, passou-se a questionar a constitucionalidade do artigo supramencionado²²⁶, que está pendente de julgamento pelo STF, em sede de Recurso

²²²BRASIL. Supremo Tribunal Federal. **Habeas Corpus nº 82.424/RS**. Habeas Corpus. Publicação de livros. Anti-semitismo. Racismo. Crime imprescritível. Conceituação. Abrangência constitucional. Liberdade de expressão. Limites. Ordem denegada. [...]. Paciente: Siegfried Ellwanger. Impetrante: Werner Cantálicio João Becker. Coator: Superior Tribunal de Justiça. Relator: Ministro Moreira Alves. Tribunal Pleno, Brasília, DF, julgamento: 17 de setembro 2003. Disponível em: <https://jurisprudencia.stf.jus.br/pages/search/sjur96610/false>. Acesso em: 03 nov. 2023.

²²³BRASIL. Conselho da Justiça Federal. **VIII Jornada de Direito Civil**. Brasília, DF, 2018. Disponível em: <https://www.cjf.jus.br/cjf/corregedoria-da-justica-federal/centro-de-estudos-judiciarios-1/publicacoes-1/jornadas-cej/viii-enunciados-publicacao-site-com-justificativa.pdf>. Acesso em: 03 nov. 2023, p.2.

²²⁴BRASIL. **Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014**. Estabelece princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da Internet no Brasil. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/112965.htm. Acesso em: 24. out. 2023.

²²⁵FRAZÃO, Ana; MEDEIROS, Ana Rafaela. Responsabilidade civil dos provedores de internet: a liberdade de expressão e o art.19 do Marco Civil. In: EHRHARDT JÚNIOR, Marcos; LOBO, Fabíola Albuquerque; ANDRADE, Gustavo. (coord.). **Liberdade de expressão e relações privadas**. Belo Horizonte: Fórum, 2021.

²²⁶AQUINO JÚNIOR, Geraldo Frazão de. Liberdade de expressão nas redes sociais e responsabilização dos provedores. In: EHRHARDT JÚNIOR, Marcos; LOBO, Fabíola Albuquerque; ANDRADE, Gustavo. (coord.). **Liberdade de expressão e relações privadas**. Belo Horizonte: Fórum, 2021.

Extraordinário (RE nº 1.037.396/SP), em que houve o reconhecimento de repercussão geral da matéria (tema 0987).

A fixação do grau de responsabilidade dos provedores de aplicação é importante, porque é a partir dele que se pode analisar a relação das grandes empresas com a disseminação da desinformação em suas plataformas. Tão importante quanto reconhecer a sua responsabilidade é determinar a natureza jurídica da desinformação, haja vista que, geralmente, a responsabilidade por conteúdo gerado por terceiros também depende do quão ofensivo é o conteúdo.

Reconhecida a ofensividade do conteúdo, é comum que se exija a sua indisponibilidade (conforme o artigo 19, *caput*, do MCI), além desta medida, que também é prevista nos termos de serviço das grandes empresas, há um conjunto de outras mais moderadas, que operam no sentido de reduzir o alcance das publicações, por conta em risco das provedoras.

Sendo assim, com fundamento nas disposições do MCI, a retirada de conteúdo infringente pode ser efetuada pela própria provedora da aplicação (por interesse e iniciativa própria), e mediante determinação judicial, quando o Poder Judiciário for demandado para decidir sobre a licitude do conteúdo²²⁷.

Destarte, percebe-se que o MCI adotou uma postura mais tradicional para combater a circulação de conteúdos ofensivos nas aplicações, cuja medida principal é torná-los indisponíveis na plataforma, em razão disso, há evidente apreensão por parte da sociedade com a regulação do discurso nas mídias sociais, especialmente, quanto à disseminação da desinformação, e como isso pode (ria) configurar censura.

Efetivamente, a indisponibilidade do conteúdo que contenha desinformação é uma das medidas propostas para o seu combate, entretanto, o fenômeno é mais complexo que isto e demanda análises mais expressivas, a serem realizadas posteriormente.

De todo modo, para determinar a responsabilidade e impor a consequência ao conteúdo, é preciso reconhecer a sua natureza jurídica, para poder identificar o nível de intervenção adequada (e se é que ela é necessária), o que perpassa pela análise da licitude das condutas relacionadas à desinformação.

No cenário brasileiro, em virtude da cultura e historicidade constitucional, é incomum encontrar juristas que defendam a licitude da desinformação. Neste sentido, Nunes Junior denomina a desinformação como “informações falsas ou inverídicas”, e assevera que a prática

²²⁷AQUINO JÚNIOR, Geraldo Frazão de. Liberdade de expressão nas redes sociais e responsabilização dos provedores. In: EHRHARDT JÚNIOR, Marcos; LOBO, Fabíola Albuquerque; ANDRADE, Gustavo. (coord.). **Liberdade de expressão e relações privadas**. Belo Horizonte: Fórum, 2021.

“extrapola [...] os limites da liberdade de expressão máxime por violar o direito difuso à informação”²²⁸, conseqüentemente, defende que o Estado não pode omitir-se diante destes casos, sob o risco de violar o princípio da proporcionalidade, no sentido da vedação da proteção insuficiente, por isso, há a necessidade de legislar para aperfeiçoar a responsabilidade civil e penal.

Igualmente, Toffoli²²⁹ assevera que a liberdade de informação possui a mesma tutela constitucional que a liberdade de expressão, que não pode ser exercida de maneira abusiva, violando o princípio democrático conforme ocorre nos casos de desinformação, em função disso, é evidente a inconstitucionalidade de um suposto direito de desinformar.

Com foco nas atividades de imprensa, Santos e França Júnior²³⁰ ressaltam que a tutela da verdade está vinculada ao sistema democrático, e não se limita às relações de consumo, portanto, as informações falsas não pertencem à esfera de proteção constitucional.

Conforme Andrade²³¹, seja pela visão da liberdade de expressão como meio para viabilização da democracia e, neste caso, mais voltado para o debate público e para o exercício político do voto, quanto a sua perspectiva como direito individual, em ambos os casos inexistente a concepção da liberdade de expressão que contemple falsidades. Contudo, o autor admite a complexidade de tratar sobre o assunto quando a falsidade é propagada por terceiros de boa-fé.

Com fundamento nas espécies de manifestação da desinformação elencadas nesta pesquisa, ao distinguir as informações falsas (*misinformation*) das informações fraudulentas (*disinformation*), compreende-se que a comunicação fraudulenta esvazia o objetivo da liberdade de expressão, porque confronta o próprio valor associado a ela²³². De outro forma, a ausência de má-fé (*misinformation*) retira o peso da fraude na equação, destarte, a intervenção no conteúdo disseminado dependerá mais da ofensividade contida na informação, cuja falsidade (por si) pode afetar outros direitos fundamentais, ainda que a reprovabilidade da conduta seja controversa.

²²⁸NUNES JUNIOR, Flávio Martins Alves. **Curso de Direito Constitucional**. 7. ed. São Paulo, SaraivaJur, 2023. *E-book*, local. 394.

²²⁹TOFFOLI, José Antonio Dias. Fake News, desinformação e liberdade de expressão. In: ABOUD, G; NERY JUNIOR, N.; CAMPOS, R. (org.) **Fake News e regulação**. 3 ed. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2021.

²³⁰SANTOS, Bruno Cavalcante Leitão; FRANÇA JÚNIOR, Francisco de Assis de. Intersecções entre as responsabilidades civil e penal no (ab) uso da liberdade de expressão: ponderações sobre limites, controle e eficácia em mídias sociais. In: EHRHARDT JÚNIOR, Marcos; LOBO, Fabíola Albuquerque; ANDRADE, Gustavo. (coord.). **Liberdade de expressão e relações privadas**. Belo Horizonte: Fórum, 2021.

²³¹ANDRADE, Gustavo Henrique Baptista. Liberdade de Expressão, Estado de Direito e Democracia. In: EHRHARDT JÚNIOR, Marcos; LOBO, Fabíola Albuquerque; ANDRADE, Gustavo. (coord.). **Liberdade de expressão e relações privadas**. Belo Horizonte: Fórum, 2021.

²³²SANTOS; FRANÇA JÚNIOR. *op. cit.*

Tendo em vista todos esses fatores, interpreta-se que as informações fraudulentas e a fraude informacional por difusão detêm natureza jurídica de ato ilícito²³³, enquanto as informações falsas dependerão de outros elementos para caracterizar a ilicitude.

É usual identificar (nos casos de desinformação) a liberdade de expressão como antagônica do direito à informação, sendo assim, haveria a necessidade de ponderar os valores em colisão, contudo, se configurada a ilicitude do ato, ele já será abusivo por si. Logo, não corresponde a um *hard case*, porque o ato não merece ser tutelado e sim coibido, neste sentido, pode-se constatar a “nulidade virtual ou não cominada”²³⁴ do ato, cuja ocorrência de dano gera a possibilidade de responsabilidade civil.

No ordenamento jurídico brasileiro, a responsabilidade penal pela desinformação ocorre em caso extremamente específico, conforme a norma expressa no artigo 323 do Código Eleitoral²³⁵ (Lei nº 4.737, de 15 de julho de 1965): “Divulgar, na propaganda eleitoral ou durante período de campanha eleitoral, fatos que sabe inverídicos em relação a partidos ou a candidatos e capazes de exercer influência perante o eleitorado”.

Denota-se que a norma exige a intenção fraudulenta do agente — que deve conhecer a falsidades dos fatos —, e a iminência dos danos, pela influência nos eleitores.

Além disso, vale ressaltar que a desinformação pode ser utilizada como meio para ofender outros bens jurídicos, como é possível ocorrer em crimes contra a honra.

Aquino Júnior aduz que a tendência da responsabilidade civil é abandonar a visão individualista, para passar a considerar os reflexos em toda sociedade, importa-se não somente com a identificação do sujeito responsável pelo dano, mas, busca-se entender como ele será reparado²³⁶.

Mediante o exposto, com fundamento no caráter ilícito da desinformação, as alternativas para combatê-la não devem se restringir às medidas simbólicas e vazias de efetividade, não é suficiente elencar sanções, mais que isso, é fundamental definir *standards* eficazes.

²³³REQUIÃO, Maurício; GALRÃO, Luiza Moraes. Fake News, Capitalismo de Vigilância e redes sociais. In: EHRHARDT JÚNIOR, Marcos; LOBO, Fabíola Albuquerque; ANDRADE, Gustavo. (coord.). **Liberdade de expressão e relações privadas**. Belo Horizonte: Fórum, 2021.

²³⁴SOUZA, Eduardo Nunes de; SILVA, Rodrigo da Guia; RODRIGUES, Cássio. Desafios atuais à disciplina jurídica da liberdade de expressão nas redes sociais. In: EHRHARDT JÚNIOR, Marcos; LOBO, Fabíola Albuquerque; ANDRADE, Gustavo. (coord.). **Liberdade de expressão e relações privadas**. Belo Horizonte: Fórum, 2021, p. 124.

²³⁵NUNES JUNIOR, Flávio Martins Alves. **Curso de Direito Constitucional**. 7. ed. São Paulo, SaraivaJur, 2023. *E-book*.

²³⁶AQUINO JÚNIOR, Geraldo Frazão de. Liberdade de expressão nas redes sociais e responsabilização dos provedores. In: EHRHARDT JÚNIOR, Marcos; LOBO, Fabíola Albuquerque; ANDRADE, Gustavo. (coord.). **Liberdade de expressão e relações privadas**. Belo Horizonte: Fórum, 2021.

Neste quadro, as principais medidas pensadas pelos *gatekeepers* ainda são abordagens imediatistas e conservadoras que, constantemente, ignoram as características do ciberespaço e buscam resolver a desinformação através da analogia com qualquer outro problema de comunicação. Por conseguinte: se o conteúdo é ofensivo, buscam interrompê-lo; se atacam algo ou alguém, solicita-se a retratação. O efeito principal tem importado na censura do conteúdo.

Ocorre que a censura se encontra em dimensões opostas à liberdade de expressão e, com algumas ressalvas, já é vedada desde a Constituição de 1824, com a incidência de retrocessos na Constituição de 1934 e 1969²³⁷.

Nunes Junior²³⁸ assume a possibilidade de a lei restringir a liberdade de expressão, desde que a interrupção da divulgação aconteça em momento posterior, após a percepção da ofensa a outros direitos, nesta hipótese, considera que a retificação, a retratação, o direito de resposta e a possibilidade de responsabilização civil e criminal são recursos suficientes para conter o abuso.

Seguindo este raciocínio, Aquino Júnior aduz que a rejeição da censura prévia, pela CRFB/1988, não equivale à dimensão absoluta da liberdade de expressão, e sim que é possível garanti-la em consonância com a contenção do poder coercitivo do Estado, que poderá ser exercido posteriormente²³⁹.

Conforme o entendimento exarado na Arguição de Descumprimento de Preceito Fundamental nº 130²⁴⁰, constantemente utilizado como parâmetro para esses casos, a jurisprudência do STF tem rechaçado a possibilidade de censura prévia.

Inversamente, alguns juristas analisam a ilicitude da desinformação a partir das disposições dos termos de uso da mídia social, desse modo, se as obrigações contratuais forem lícitas, é natural e aceitável que o usuário sofra as consequências decorrentes da violação, por exemplo, caso a desinformação seja uma conduta vedada pelos termos, a exclusão da postagem

²³⁷SANTOS, Bruno Cavalcante Leitão; FRANÇA JÚNIOR, Francisco de Assis de. Intersecções entre as responsabilidades civil e penal no (ab) uso da liberdade de expressão: ponderações sobre limites, controle e eficácia em mídias sociais. In: EHRHARDT JÚNIOR, Marcos; LOBO, Fabíola Albuquerque; ANDRADE, Gustavo. (coord.). **Liberdade de expressão e relações privadas**. Belo Horizonte: Fórum, 2021.

²³⁸NUNES JUNIOR, Flávio Martins Alves. **Curso de Direito Constitucional**. 7. ed. São Paulo, SaraivaJur, 2023. *E-book*.

²³⁹AQUINO JÚNIOR, Geraldo Frazão de. Liberdade de expressão nas redes sociais e responsabilização dos provedores. In: EHRHARDT JÚNIOR, Marcos; LOBO, Fabíola Albuquerque; ANDRADE, Gustavo. (coord.). **Liberdade de expressão e relações privadas**. Belo Horizonte: Fórum, 2021.

²⁴⁰BRASIL. Supremo Tribunal Federal. **Arguição de Descumprimento de Preceito Fundamental nº 130/DF**. Arguição de Descumprimento de Preceito Fundamental (ADPF). Lei de imprensa. Adequação da ação. Regime constitucional da “liberdade de informação jornalística”, expressão sinônima de liberdade de imprensa. A “plena” liberdade de imprensa como categoria jurídica proibitiva de qualquer tipo de censura prévia [...]. Relator: Ministro Carlos Britto. Tribunal Pleno, Brasília, DF, julgamento: 30 de abril de 2009. Disponível em: <https://jurisprudencia.stf.jus.br/pages/search/sjur169063/false>. Acesso em: 03 nov. 2023

ou de contas seria uma possibilidade²⁴¹. Para além da violação contratual, o conteúdo de muitas postagens incita a violência e atenta contra a democracia, por isso, inibe a discussão sobre a existência de censura²⁴².

Atualmente, a atenção de alguns *gatekeepers*, frente ao aumento da regulação do Estado nas mídias sociais, está mais voltada para a preocupação com as possibilidades de censura por parte do Estado, entretanto, essa visão monocular ignora a capacidade de censura das plataformas de mídias sociais.

Essa visão é perceptível na norma contida no artigo 19 do MCI, que ao mitigar a responsabilidade dos provedores de aplicações, não normaliza o poder de regulação da plataforma quando opera por iniciativa própria, somente disciplina a dinâmica da responsabilidade diante da superveniência de “ordem judicial específica”²⁴³.

Neste contexto, não é adequado desprezar a capacidade de governança privada das empresas (quanto à moderação de conteúdo), haja vista que também é importante para manter um espaço de civilidade²⁴⁴, ademais, com o aumento dos seus poderes, a absorção da concorrência e os lucros direcionados para a manipulação da experiência, existe a tendência de que o usuário tenha a sua autonomia expropriada²⁴⁵.

Portanto, tão importante quanto atentar-se ao risco de censura por parte do Estado, é discutir sobre os critérios razoáveis que as grandes empresas podem utilizar para a moderação de conteúdo e as interferências nas contas dos usuários.

Explorar a regulação das mídias sociais, não se trata apenas de investigar a posição do Estado perante o tema, igualmente, é necessário avaliar como se estrutura a responsabilidade das grandes empresas.

Essa dicotomia público-privado, no que tange às possibilidades de regulação das aplicações do ciberespaço, pode ser representada por modelos regulatórios específicos, com

²⁴¹REQUIÃO, Maurício; GALRÃO, Luiza Moraes. Fake News, Capitalismo de Vigilância e redes sociais. *In*: EHRHARDT JÚNIOR, Marcos; LOBO, Fabíola Albuquerque; ANDRADE, Gustavo. (coord.). **Liberdade de expressão e relações privadas**. Belo Horizonte: Fórum, 2021.

²⁴²SANTOS, Bruno Cavalcante Leitão; FRANÇA JÚNIOR, Francisco de Assis de. Intersecções entre as responsabilidades civil e penal no (ab) uso da liberdade de expressão: ponderações sobre limites, controle e eficácia em mídias sociais. *In*: EHRHARDT JÚNIOR, Marcos; LOBO, Fabíola Albuquerque; ANDRADE, Gustavo. (coord.). **Liberdade de expressão e relações privadas**. Belo Horizonte: Fórum, 2021.

²⁴³FRAZÃO, Ana; MEDEIROS, Ana Rafaela. Responsabilidade civil dos provedores de internet: a liberdade de expressão e o art.19 do Marco Civil. *In*: EHRHARDT JÚNIOR, Marcos; LOBO, Fabíola Albuquerque; ANDRADE, Gustavo. (coord.). **Liberdade de expressão e relações privadas**. Belo Horizonte: Fórum, 2021, p. 421.

²⁴⁴BALKIN, Jack M. Free speech is a triangle. **Columbia Law Review**, 2018. Disponível em: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3186205. Acesso em 25 set. 2023.

²⁴⁵BALKIN, Jack M. Digital speech and democratic culture: A theory of freedom of expression for the information society. **New York University Law Review**, v. 79, p. 2, 2004. Disponível em: http://digitalcommons.law.yale.edu/fss_papers/240/. Acesso em: 14 abr. 2023.

preponderância do poder privado, ou do poder estatal, ou da cooperação entre as forças, os quais serão discutidos na próxima seção.

2.2 MODELOS REGULATÓRIOS: AUTORREGULAÇÃO, REGULAÇÃO DIRETA PELO ESTADO E AUTORREGULAÇÃO REGULADA

Os modelos regulatórios são os quadros que facilitam a leitura da dinâmica de oposição de forças dos *gatekeepers*, que pode ser resumido na figura dos Estados, das grandes empresas de tecnologia e nos usuários, sobre as regras das aplicações no ciberespaço.

A leitura dos modelos se inicia pela análise da força predominante que opera sobre o estabelecimento de regras nas aplicações, o que não afasta a existência e influência de outros poderes e atores.

O modelo regulatório é influenciado por vários aspectos de determinado Estado, a economia, a política, a história, a tradição jurídica, etc. de modo que ele pode não ser homogêneo, e sua efetividade dependerá de como é ajustado às características do ciberespaço e como é aceito pelos demais *gatekeepers*.

Neste sentido, é comum que em momentos mais liberais se priorize a autorregulamentação das plataformas, enquanto em situações mais intervencionistas, o Estado prefira regular de maneira mais efetiva-direta. Contudo, entre os extremos, há o caminho da autorregulação regulada ou da correção, na qual as forças estatais e privadas atuam de forma mais balanceada.

A regulamentação da esfera digital, de modo geral, é marcada pela pressão por regulamentação pública, em contraste com a resistência das grandes empresas²⁴⁶, que visam frustrar as investidas estatais, porque pretendem ter o domínio sobre a própria tecnologia, assim, defendem a autorregulação²⁴⁷.

Além da guerra de narrativas, em que as empresas proclamam por liberdade e inovação²⁴⁸, também adotam medidas mais concretas como a seleção e/ou exclusão de países

²⁴⁶HOFFMAN-RIEM, Wolfgang. **Teoria Geral do Direito Digital**: transformação digital: desafios para o direito. 2 ed. Rio de Janeiro: Forense, 2022.

²⁴⁷BALKIN, Jack M. Digital speech and democratic culture: A theory of freedom of expression for the information society. **New York University Law Review**, v. 79, p. 2, 2004. Disponível em: http://digitalcommons.law.yale.edu/fss_papers/240/. Acesso em: 14 abr. 2023.

²⁴⁸*Ibid.*

para consolidar sedes, fragmentar a empresa e as suas atividades, implantar procedimentos e tecnologias sem transparência, que são concretizados por algoritmos²⁴⁹.

Quanto à regulação da fala no contexto digital, Balkin²⁵⁰ assinala que o cenário mudou, antigamente a regulação da velha escola era direcionada somente aos falantes, atualmente, a regulação da nova escola é pluralista, e leva em conta a atuação da esfera privada, o problema central é que o Estado tem utilizado os recursos da velha escola, mas, depende da regulamentação da nova escola, que significa maior dependência de um terceiro (esfera privada) que governa as aplicações na esfera pública digital, por isso há tentativas para cooptar este poder.

Desse modo, o papel do Estado nas investidas regulatórias tem sido de corrigir assimetrias de poder, os abusos e os riscos gerados pelo mercado²⁵¹, trata-se da contenção do poder de autorregulação das empresas, para evitar que a busca excessiva lucros se sobreponha aos interesses públicos²⁵².

Em face disso, percebe-se que a autorregulamentação não concede proteção suficiente aos interesses públicos e, por outro lado, a regulação estatal tradicional carece de efetividade sem a cooperação dos demais atores, além disto, considerando a ubiquidade da internet, o sucesso da regulação também depende de instrumentos e acordos internacionais²⁵³.

Conseqüentemente, tendo em vista as ameaças privadas à liberdade de expressão (supralegalidade da autorregulação)²⁵⁴ nas mídias sociais e os perigos da desinformação, muitos autores têm pesquisado caminhos para a mitigação dos perigos da autorregulação que, frequentemente, resultam na adoção de modelos (mais fortes)²⁵⁵ que combatam a imunidade absoluta das plataformas através da maior presença do Estado, como é o caso da autorregulação

²⁴⁹HOFFMAN-RIEM, Wolfgang. **Teoria Geral do Direito Digital**: transformação digital: desafios para o direito. 2 ed. Rio de Janeiro: Forense, 2022.

²⁵⁰BALKIN, Jack M. Free speech is a triangle. **Columbia Law Review**, 2018. Disponível em: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3186205. Acesso em: 25 set. 2023.

²⁵¹HOFFMAN-RIEM, *op. cit.*

²⁵²BALKIN, Jack M. Digital speech and democratic culture: A theory of freedom of expression for the information society. **New York University Law Review**, v. 79, p. 2, 2004. Disponível em: http://digitalcommons.law.yale.edu/fss_papers/240/. Acesso em: 14 abr. 2023.

²⁵³HOFFMAN-RIEM, *op. cit.*

²⁵⁴QUINTEL, Teresa; ULLRICH, Carsten. Self-Regulation of Fundamental Rights? The EU Code of Conduct on Hate Speech, related initiatives and beyond [2018]. In: PETKOVA, Bilyana; OJANEN, Tuomas (EDS). **Fundamental Rights Protection online**: the future regulation intermediaries. [Chapter of upcoming book publication]. Edward Elgar Publishing, Summer/Autumn 2019. Disponível em: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3298719. Acesso em: 1 nov. 2023.

²⁵⁵*Ibid.*

regulada²⁵⁶, inclusive, a própria ameaça de regulação estatal das plataformas pode induzi-las a criar ou melhorarem os seus mecanismos²⁵⁷.

Nesta conjuntura, se a regulação das mídias sociais é um problema, o Brasil enfrenta um desafio mais específico, o de aperfeiçoar a regulação sobre a desinformação nas mídias sociais.

Há um consenso mundial para aprimorar a regulação das aplicações na internet, para garantir mais direitos aos usuários e reduzir os danos à democracia, neste sentido, para não se subordinar à espontaneidade das plataformas em renunciarem seus lucros em prol de melhorias no ambiente, o Brasil deveria ser mais preciso na adoção de modelo de regulação, “*fake news* é o que de mais ameaçador se encontra na internet atualmente, quando o alvo é a democracia. Os desafios para o direito são uma realidade a ser enfrentada com o máximo de urgência pelas nações”²⁵⁸.

As investidas regulatórias em escala internacional têm refletido na criação de leis que criam medidas, conceitos, crimes e que, de forma geral, aumentam a responsabilidade das empresas e usuários, assim como transparência e medidas de segurança nas plataformas, inclusive no combate à desinformação, isso já ocorre (progressivamente) na União Europeia, através da Lei de Serviços Digitais — *Digital Services Act* — (DSA) e Lei de Mercados Digitais — *Digital Markets Act* — (DMA)²⁵⁹, e em Taiwan, Singapura, Índia, Indonésia, Egito, Vietnã, Camarões, Camboja, EUA (especificamente em Texas e Califórnia), Canadá e Zimbábue²⁶⁰.

²⁵⁶AMATO, Lucas Fucci. Fake News: regulação ou metarregulação? **Revista de Informação Legislativa: RIL**, Brasília, 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. Acesso em: 25 abr. 2023.

²⁵⁷THE INFORMATION SOCIETY PROJECT; THE FLOYD ABRAMS INSTITUTE FOR FREEDOM OF EXPRESSION. **Fighting Fake News Workshop Report**, 2017. Disponível em: <https://law.yale.edu/isp/initiatives/floyd-abrams-institute-freedom-expression/practitioner-scholar-conferences-first-amendment-topics/fighting-fake-news-workshop>. Acesso em: 22 abr. 2023.

²⁵⁸ANDRADE, Gustavo Henrique Baptista. Liberdade de Expressão, Estado de Direito e Democracia. In: EHRHARDT JÚNIOR, Marcos; LOBO, Fabíola Albuquerque; ANDRADE, Gustavo. (coord.). **Liberdade de expressão e relações privadas**. Belo Horizonte: Fórum, 2021, p.48.

²⁵⁹PARLAMENTO EUROPEU. **A Lei dos Mercados Digitais e da Lei dos Serviços Digitais da UE em detalhe**. [Artigo 24-08-2023 15:58]. Disponível em: https://www.europarl.europa.eu/pdfs/news/expert/2021/12/story/20211209STO19124/20211209STO19124_pt.pdf. Acesso em: 17 out. 2023.

²⁶⁰HELM, Rebecca K; NASU, Hitoshi. Regulatory Responses to Fake News and Freedom of Expression: Normative and Empirical Evaluation. **Human Rights Law Review**. vol. 21, p. 302-328, 2021. Disponível em: <https://academic.oup.com/hrlr/article/21/2/302/6129940>. Acesso em: 22 abr. 2023.

Vale ressaltar que antes da DSA e da DMA, na Itália, na República Tcheca e com destaque para a *Network Enforcement Act* ou *Netzwerkdurchsetzungsgesetz* (NetzDG), da Alemanha, já havia medidas regulatórias estatais para combater a desinformação²⁶¹.

No Brasil, sem embargo do MCI e da Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD), a solução dos problemas relacionados à desinformação tem se sujeitado ao poder da autorregulamentação das plataformas digitais, quando as demandas não são atendidas de maneira adequada, é natural que haja a provocação do Poder Judiciário, haja vista que a CRFB/1988 assegura o princípio da inafastabilidade da jurisdição, com exceção do artigo 323 do Código Eleitoral e outras medidas administrativas, o Brasil ainda não estabeleceu medida legislativa concreta, no âmbito da União, contra a desinformação nas mídias sociais, a proposta mais próxima de se efetivar é o Projeto de Lei nº 2.630 de 2020 (PL 2630/2020)²⁶².

Durante a tramitação no Senado Federal, o PL 2630/2020 estabelecia, expressamente, a adoção do modelo de autorregulação regulada (no capítulo V)²⁶³, entretanto, na Câmara dos Deputados, o substitutivo apresentado pelo relator do Projeto²⁶⁴, o Deputado Orlando Silva, deixou de prevê-lo de maneira explícita, porém, não deixou de o implementar, considerando a imposição de deveres às plataformas digitais, tendo em vista a importância deste projeto para o modelo brasileiro, ele será discutido no terceiro capítulo.

Superadas as considerações sobre os modelos regulatórios, destaca-se que eles detêm a árdua missão de regular as aplicações do ciberespaço, por isso, a sua efetividade depende em como ele é ajustável/flexível²⁶⁵ ao ambiente digital. Sendo assim, a visão jurídica tradicional

²⁶¹SCHNELLENBACH, Jan, On the Behavioural Political Economy of Regulating Fake News. **Ordo – Jahrbuch für die Ordnung von Wirtschaft und Gesellschaft**, 2017. Disponível em: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3038508. Acesso em: 25 abr. 2023.

²⁶²BRASIL. Senado Federal. **Projeto de Lei nº 2.630, de 2020**. Institui a Lei Brasileira de Liberdade, Responsabilidade e Transparência na Internet. Brasília: Senado Federal, 2020a. Disponível em: https://legis.senado.leg.br/sdleg-getter/documento?dm=8110634&ts=1697571574911&disposition=inline&_gl=1*_1qz33g6*_ga*MTYwMDYwODA4NS4xNjk3Mzk4NDAw*_ga_CW3ZH25XMK*MTY5OTY4NTU0NS4xMi4xLjE2OTk2ODU1NTYuMC4wLjA. Acesso em :01 nov. 2023.

²⁶³BRASIL. Senado Federal. **Projeto de Lei nº 2.630, de 2020**. Institui a Lei Brasileira de Liberdade, Responsabilidade e Transparência na Internet. Brasília: Senado Federal, 2020b. Disponível em: https://legis.senado.leg.br/sdleg-getter/documento?dm=8128670&ts=1697571590468&disposition=inline&_gl=1*_qxy6qz*_ga*MTYwMDYwODA4NS4xNjk3Mzk4NDAw*_ga_CW3ZH25XMK*MTY5OTY4NTU0NS4xMi4xLjE2OTk2ODU1NTYuMC4wLjA. Acesso em: 01 nov. 2023.

²⁶⁴BRASIL. Câmara dos Deputados. **Projeto de Lei nº 2.630, de 2020**. Institui a Lei Brasileira de Liberdade, Responsabilidade e Transparência na Internet. Brasília: Câmara dos Deputados, 2023. Disponível em: https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/prop_mostrarintegra?codteor=2265334&filename=PRLP+1+%3D%3E+PL+2630/2020. Acesso em: 01 nov. 2023.

²⁶⁵AQUINO JÚNIOR, Geraldo Frazão de. Liberdade de expressão nas redes sociais e responsabilização dos provedores. In: EHRHARDT JÚNIOR, Marcos; LOBO, Fabíola Albuquerque; ANDRADE, Gustavo. (coord.). **Liberdade de expressão e relações privadas**. Belo Horizonte: Fórum, 2021.

pode não ser adequada para regular o fenômeno, porque há um elemento indispensável a considerar —a infraestrutura digital—, cujo sucesso da regulação depende, também, da precisa definição de *standards* regulatórios compatíveis.

2.3 CONFIGURANDO A REGULAÇÃO: O PODER DA INFRAESTRUTURA DIGITAL BASEADA EM PLATAFORMA

O discurso central no combate à desinformação nas mídias sociais ainda é extremamente analógico, ao associar o tratamento do fenômeno com outros problemas relacionados à comunicação, o foco tende a ser na regulação do discurso, com repercussões apenas indiretas na infraestrutura digital.

Diante disso, as reações à desinformação tendem a seguir a lógica constitucional genérica do direito de resposta proporcional ao agravo, retratações, indenizações²⁶⁶ e a judicialização. Recentemente, consolidou-se as sanções em decorrência das violações dos termos de serviço, porém, essas ações limitam-se a remediar a consequência sem tratar a causa.

Na década de noventa, Reindeberg²⁶⁷ já indicava a importância da *Lex Informatica*, ao ressaltar o poder de criação de regras pelos desenvolvedores de tecnologia, e como as suas normas podem viabilizar ou dificultar a efetividade das leis estatais, por isso, na formulação da regulação, seria mais adequado o Estado abandonar a posição de regulador direto e assumir o lugar de influência indireta, ao explorar a *Lex Informatica* como instrumento de execução de política pública, visto que as soluções tradicionais (impositivas) sobre a arquitetura da internet tendem à ineficácia.

Posteriormente, Lessig percebia o poder do código do ciberespaço — *Code* — que é capaz de criar liberdades e estabelecer controles condizentes com o valor a ser protegido neste espaço²⁶⁸, além disso, compreendia como o mercado influenciava no código²⁶⁹, e como esse poder poderia ser cooptado ou combatido pelos governos.

Ante o exposto, a indiferença em relação ao poder da infraestrutura digital baseada em plataforma é a principal disfunção das respostas regulatórias atuais no combate à

²⁶⁶NUNES JUNIOR, Flávio Martins Alves. **Curso de Direito Constitucional**. 7. ed. São Paulo, SaraivaJur, 2023. *E-book*.

²⁶⁷REIDENBERG, Joel R. *Lex informatica: The formulation of information policy rules through technology*. **Texas Law Review**, v. 76, p. 553-594, 1998. Disponível em: https://ir.lawnet.fordham.edu/faculty_scholarship/42/. Acesso em: 13 abr. 2023.

²⁶⁸LESSIG, Lawrence. **Code: version 2.0** New York. Basic Books, 2006.

²⁶⁹COHEN, Julie E. From *Lex Informatica* to the Control Revolution. **Berkley Technology Law Journal**, v. 36, n.3, 2022. Disponível em: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3854219. Acesso em: 28 set. 2023.

desinformação, porque maximiza a importância da regulação do conteúdo e ignora o *design* tecnológico.

Deve-se criar perspectivas para passar a ter “como foco também a própria arquitetura da plataforma, [...] o seu *design* e a compatibilidade com padrões mínimos de *accountability*, [...] porque, muitas vezes, os danos sofridos pelas vítimas decorrem do próprio *design* das plataformas”²⁷⁰.

A ironia do modelo de negócios das mídias sociais é que ele concede poder ao usuário, que é a causa do aumento da receita das empresas, sendo assim, a liberdade de expressão do público existe porque é o fundamento do sistema de extração de dados e monetização, esta estrutura digital em plataforma tem sustentado a existência de vários problemas relacionados à desinformação: permite o surgimento de facções que ameaçam o ambiente informacional, as quais transformam o fluxo da informação em armas de desinformação; a manipulação das informações dificultam a eficiência das retratações ou correção de informações, visto que sua estrutura é pautada na automaticidade, guia-se o usuário ao consumo de conteúdos, há interferências camufladas no discurso; conseqüentemente, possibilita a amplificação de discursos antidemocráticos²⁷¹.

O modelo de negócios valoriza a interface que permite conectar os potenciais consumidores aos anunciantes, se retirássemos esta possibilidade, as mídias sociais não seriam tão atrativas financeiramente, os mecanismos de predição tem sido eficazes para atacar o conhecimento comum, propagar discurso de ódio e desinformação, e as grandes empresas ainda não estão entusiasmadas em aperfeiçoar a regulação, visto que é menos oneroso remover os conteúdos mais graves, ou até, aguardar a denúncia de outros usuários²⁷².

Em face dessas questões, é comum perceber a inovação tecnológica como objeto (um novo fato jurídico a ser regulado), entretanto, as mídias sociais são inovações que instituem governanças próprias que, inclusive, reorganizam o Direito de “dentro para fora”²⁷³.

²⁷⁰FRAZÃO, Ana; MEDEIROS, Ana Rafaela. Responsabilidade civil dos provedores de internet: a liberdade de expressão e o art.19 do Marco Civil. *In*: EHRHARDT JÚNIOR, Marcos; LOBO, Fabíola Albuquerque; ANDRADE, Gustavo. (coord.). **Liberdade de expressão e relações privadas**. Belo Horizonte: Fórum, 2021, p. 427.

²⁷¹COHEN, Julie E. Tailoring Election Regulation: The Platform Is the frame. **4 Georgetown Law Technology Review**, v4, p.641-663, 2020. Disponível em: <https://scholarship.law.georgetown.edu/facpub/2537/>. Acesso em: 28 set. 2023.

²⁷²COHEN, Julie E. Infrastructuring the Digital Public Sphere. **25 Yale J. L & Tech**. [forthcoming], 2023. Disponível em: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=4434201. Acesso em: 28 set. 2023.

²⁷³COHEN, Julie E. From Lex Informatica to the Control Revolution. **Berkley Technology Law Journal**, v. 36, n.3, 2022. Disponível em: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3854219. Acesso em: 28 set. 2023, p.8.

Destarte, é essencial avaliar novos quadros para a regulação das plataformas, sem fazer analogia com aquilo que elas não são, como editoras ou fóruns públicos²⁷⁴, os novos modelos quase não representam aquilo que é ensinado nas faculdades, a compreensão jurídica clássica não consegue explorá-los de maneira adequada, neste contexto, Cohen afirma que os sistemas em que fomos treinados morreram, e que a academia, apesar de não estar habituada, precisa passar pela introspecção que o momento de luto exige, e pensar em novos quadros de regulação²⁷⁵.

Enxergar as mídias sociais como fóruns públicos, cidades corporativas ou ter fé na autossuficiência da teoria do mercado de ideias é uma falha no reconhecimento da mudança de paradigmas que só beneficia (rá) as grandes empresas, é crucial operacionalizar os compromissos democráticos em ambiente digital, portanto, é preciso conceber o Direito como meio de inovação, para além dos modelos padronizados²⁷⁶.

O pensamento acadêmico, até o momento, visualiza a regulação pela ótica da propriedade e controle dos meios de comunicação, que são elementos importantes, no entanto, ao se aplicarem no ciberespaço, devem ser associados à configuração. É necessário pensar na infraestrutura porque há evidências de que as plataformas otimizam e amplificam a desinformação²⁷⁷.

Observar a regulação das aplicações do ciberespaço pelo prisma da infraestrutura, também significa construir novos produtos de governança, que tratam de questões tradicionais de forma diversa.

O próprio *design* tecnológico já impacta no exercício da liberdade de expressão, por isso, o jurista precisa compreender que as condições desta liberdade dependerão paulatinamente mais da infraestrutura, em outras palavras, a liberdade de expressão deve ser protegida positivamente pelo ordenamento jurídico, não obstante nas circunstâncias atuais essa proteção é impactada pela arquitetura e pelo sistema regulatório²⁷⁸.

²⁷⁴COHEN, Julie E. Tailoring Election Regulation: The Platform Is the frame. **4 Georgetown Law Technology Review**, v4, p.641-663, 2020. Disponível em: <https://scholarship.law.georgetown.edu/facpub/2537/>. Acesso em: 28 set. 2023.

²⁷⁵COHEN, Julie E. From Lex Informatica to the Control Revolution. **Berkley Technology Law Journal**, v. 36, n.3, 2022. Disponível em: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3854219. Acesso em: 28 set. 2023.

²⁷⁶*Ibid.*

²⁷⁷COHEN, Julie E. Infrastructuring the Digital Public Sphere. **25 Yale J. L & Tech**. [forthcoming], 2023. Disponível em: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=4434201. Acesso em 28 set. 2023.

²⁷⁸BALKIN, Jack M. Digital speech and democratic culture: A theory of freedom of expression for the information society. **New York University Law Review**, v. 79, p. 2, 2004. Disponível em: http://digitalcommons.law.yale.edu/fss_papers/240/. Acesso em: 14 abr. 2023.

Sendo assim, é imaginável que a liberdade de expressão será determinada e ressignificada pela era digital²⁷⁹, tendo como exemplo, Julie Cohen²⁸⁰, considerando o modelo estadunidense, analisa que a superação da doutrina da primeira emenda à Constituição dos EUA é um dos primeiros passos do estágio evolutivo, porque a infraestrutura digital afeta o discurso público de tal forma, que a carga desta liberdade afeta a noção de igualdade, visto que o peso é distribuído de maneira desigual, o que só reafirma a autoridade privada e favorece os detentores de poder econômico.

O Direito é local de conflitos que esboçam como o mundo está em transformação, se as mudanças não forem pensadas e discutidas de maneira geral, alguém o enquadrará em benefício próprio²⁸¹, assim como ocorre com a estrita autorregulação que faz das suas criações algorítmicas, a “mão invisível” do mercado.

Em razão do exposto, Julie Cohen conclui que “já passou da hora [...] de nomear, entender e neutralizar os danos coletivos produzidos pelas atuais infraestruturas baseadas em plataforma de comunicação *on-line*, que agora ameaçam a continuidade da viabilidade das sociedades democráticas em todo o mundo”²⁸².

A concepção de novos modelos de governança, para o combate à desinformação nas mídias sociais, deve passar pela escolha de *standards* regulatórios, cuja efetividade dependerá da sua aderência à infraestrutura digital, assim como deve ser compatível com a solução de problemas do fluxo de informações, neste caso, percebe-se dois fatores que devem guiar este processo: se os *standards* são executáveis de maneira adequada no ciberespaço; se, além disso, possui potencial para gerar o resultado esperado.

O embaraço em definir métodos tradicionais para a solução de problemas oriundos das inovações no ciberespaço, é como as intervenções têm apresentado caráter simbólico e vazios de sentido.

²⁷⁹BALKIN, Jack M. Digital speech and democratic culture: A theory of freedom of expression for the information society. **New York University Law Review**, v. 79, p. 2, 2004. Disponível em: http://digitalcommons.law.yale.edu/fss_papers/240/. Acesso em: 14 abr. 2023.

²⁸⁰COHEN, Julie E. From Lex Informatica to the Control Revolution. **Berkley Technology Law Journal**, v. 36, n.3, 2022. Disponível em: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3854219. Acesso em: 28 set. 2023.

²⁸¹BALKIN, *op. cit.*

²⁸²COHEN, Julie E. Infrastructuring the Digital Public Sphere. **25 Yale J. L & Tech.** (forthcoming), 2023. Disponível em: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=4434201. Acesso em: 28 set. 2023. p. 28. “It is past time, however, to name, understand, and counteract the collective harms produced by current platform-based infrastructures for online communication, which now threaten the continuing viability of democratic societies worldwide”.

2.4 OS *STANDARDS* REGULATÓRIOS

Efetivamente, para os fins desta pesquisa, os *standards* regulatórios correspondem às ideias propostas para solucionar os problemas relativos à desinformação nas mídias sociais, que integram um contexto maior de regulação.

Desse modo, eles são acrescidos na relação entre os usuários e as plataformas, por formulação direta do Estado, por influência mediata do Estado sobre as aplicações, ou por iniciativa própria das empresas, ao utilizar o poder de autorregulação, em todo caso, são direcionados para solucionar os casos de desinformação.

A regulação direta do Estado ocorre de forma mais tradicional através de medidas legislativas, que podem trazer em seu conteúdo a criação ou imposição de *standards*, tal como ocorre na União Europeia com a DSA e a DMA.

Também é possível que os *standards* emanem de decisões judiciais, as quais podem estabelecer regras para casos isolados ou mais genéricos, depende do modelo judicial estruturado, nos países de *commom law*, a aplicação genérica das decisões é mais perceptível.

A análise dos principais *standards* regulatórios, pensados para combater a desinformação, pode subsidiar a investigação do fenômeno da pesquisa, na realidade brasileira.

2.4.1 Limitação do discurso: remoção de postagens, redução de alcance e suspensão, exclusão ou bloqueio de contas

Assim que verificada a irregularidade em alguma postagem em mídia social ou sucessivas violações em atividades vinculadas a determinada conta ou usuário, é razoável que se tome medidas para rechaçá-la.

Quando a atividade consiste na disseminação de desinformação, é possível aplicar essas penalidades diretamente pela plataforma, sobretudo, quando há violação das suas políticas. De outro modo, é possível requer o controle da ilicitude por via judicial, nos casos em que a desinformação afete direitos individuais, coletivos ou difusos.

Tendo em vista a ofensividade das postagens, o pensamento mais conservador sugere que a limitação do discurso (seja pela remoção, redução de alcance ou interferência nas contas) será capaz de inibir os danos decorrentes da atividade.

Por concretizar interferências diretas no discurso e na possibilidade de manifestação do pensamento através das contas, é um dos *standards* mais criticados, com fundamento na possibilidade de concretizar censura. Apesar disso, a política da *Meta* e do *Twitter/X* permite

essa possibilidade, caso a desinformação viole alguma de suas regras, não se pode afirmar o mesmo do *Google*, porque as suas disposições não são evidentes quanto ao uso destas alternativas.

Esses padrões não são inéditos e estão incorporados nas aplicações do ciberespaço, principalmente no tratamento de informações que configurem a prática de crimes, a publicação de conteúdo sensível ou violento, nudez e pornografia infantil, inclusive é empregado há bastante tempo para combater as violações de direitos autorais, através de filtragem automática por várias plataformas.

O desafio inicial, em aplicá-los no tratamento da desinformação nas mídias sociais, passa pela análise da gravidade da veiculação, se seria proporcional impor um *standard* tão limitador da liberdade de expressão.

Neste aspecto, é inverossímil que o combate a desinformação nas mídias sociais não comprometa a dimensão clássica da liberdade de expressão, ao compreender-se que o controle de conteúdo ou das atividades de uma conta é uma alternativa viável, o enfrentamento dessas notícias não deveria se limitar à restrição da mensagem ou da conta, e deveria incluir medidas para desestimular comportamentos²⁸³.

Para tanto, por questões de segurança jurídica, seria mais adequado que a legislação²⁸⁴ e a política das empresas explicitassem as condições ou casos em que a desinformação poderia ensejar medidas de remoção, suspensão, bloqueio ou exclusão.

Como resultado dos deveres e responsabilidades que o exercício da liberdade de expressão transporta, a regulação repressiva é viável²⁸⁵²⁸⁶, desde que prevista em lei, conforme a disposição do artigo 19, do Pacto Internacional sobre Direito Cívico e Político²⁸⁷.

Helm e Nasu²⁸⁸ aduzem que o núcleo moral de cada Estado vai determinar o nível de limitação, e resumem como esses *standards* devem observar alguns requisitos:

a) a legalidade: a previsão legal deve ser específica e qualificar as condições necessárias para o reconhecimento da desinformação, assim como, determinar qual o tipo de desinformação

²⁸³HELM, Rebecca K; NASU, Hitoshi. Regulatory Responses to Fake News and Freedom of Expression: Normative and Empirical Evaluation. **Human Rights Law Review**. vol. 21, p. 302-328, 2021. Disponível em: <https://academic.oup.com/hrlr/article/21/2/302/6129940>. Acesso em: 22 abr. 2023.

²⁸⁴*Ibid.*

²⁸⁵*Ibid.*

²⁸⁶BAADE, Björnstjern. Fake News and International Law. KFG Working Paper Series, n.18, **Berlin Potsdam Research Group “The International Rule of Law – Rise or Decline?”**, Berlin, 2018. Disponível em: <https://d-nb.info/1217812830/34>. Acesso em: 23 abr. 2023.

²⁸⁷BRASIL. Presidência da República. **Decreto nº 592, de 6 de julho de 1992**. Atos internacionais, Pacto Internacional sobre Direitos Cívicos e Políticos. Promulgação. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/1990-1994/d0592.htm. Acesso em: 26 out. 2023.

²⁸⁸HELM; NASU. *Op. Cit.*

corresponderá às medidas, visto que a regulamentação abrangente pode criar condições favoráveis à arbitrariedade na limitação do discurso;

b) a necessidade: o controle do discurso deve estar fundamentado em ameaça concreta ao interesse público, além do mais, é necessário avaliar se o interesse poderia ser tutelado de outra forma e se, precisamente, a sanção é proporcional à gravidade da atividade;

c) a proporcionalidade: aplicável na escolha dos meios menos intrusivos à liberdade de expressão.

Paralelamente à questão legislativa, a limitação do discurso não dá garantias de êxito no combate à desinformação nas mídias sociais, e apresenta alguns inconvenientes. Primeiramente, se reconhece o potencial da intervenção, no entanto, ela seria mais efetiva se operasse antes da divulgação da desinformação, impedindo-a, o que enfrenta sérios risco à consumação de censura prévia. Secundariamente, a partir do momento que as informações chegam a terceiros, a sua remoção pode gerar dois efeitos: o efeito *streisand*, que ao invés de conter a publicidade das mensagens, pode acabar atraindo mais atenção para elas, visto que as pessoas engajadas naquele conteúdo podem alegar perseguição ou teorias conspiratórias, logo, pode atrair a atenção de curiosos, o que acelera o problema; o efeito *backfire*, o ataque ao conteúdo que contém desinformação, por questões psicológicas, pode aumentar o comprometimento de pessoas com a mensagem, que buscam endossar/confirmar o viés psicológico atrelado ao conteúdo da publicação²⁸⁹. Por fim, a remoção de conteúdo pode induzir à métrica de produtividade²⁹⁰, no sentido de pensar que a quantidade de remoção pode medir o sucesso do combate ao problema, priorizando-a em relação à ilegalidade (substancial) do conteúdo²⁹¹.

2.4.2 Códigos de conduta

Os códigos de conduta correspondem à síntese de acordos e diretrizes pensados para combater a desinformação, documentados e assumidos publicamente pelos agentes interessados. Por incluir diretrizes e compromissos genéricos, que sinalizem ajustes de condutas

²⁸⁹HELM, Rebecca K; NASU, Hitoshi. Regulatory Responses to Fake News and Freedom of Expression: Normative and Empirical Evaluation. **Human Rights Law Review**. vol. 21, p. 302-328, 2021. Disponível em: <https://academic.oup.com/hrlr/article/21/2/302/6129940>. Acesso em: 22 abr. 2023.

²⁹⁰*Ibid.*

²⁹¹QUINTEL, Teresa; ULLRICH, Carsten. Self-Regulation of Fundamental Rights? The EU Code of Conduct on Hate Speech, related initiatives and beyond [2018]. In: PETKOVA, Bilyana; OJANEN, Tuomas (EDS). **Fundamental Rights Protection online: the future regulation intermediaries**. [Chapter of upcoming book publication]. Edward Elgar Publishing, Summer/Autumn 2019. Disponível em: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3298719. Acesso em: 01 nov. 2023.

pensando no futuro, as suas disposições podem conter outros *standards* regulatórios para viabilizar a sua concretização, como a própria remoção de conteúdo ou suspensão de contas.

O código de conduta é eminentemente autorregulatório, porque deriva dos compromissos firmados pelos agentes que atuam no mercado, como empresas, agências, associações e entidades.

Uma das vantagens do código de conduta é que o agente adere aos compromissos publicamente, todavia, é um modelo de autorregulação não-vinculativa²⁹², cuja efetividade vai depender de cada experiência concreta, e de como os signatários irão materializar as diretrizes.

Na União Europeia, foi convencionado o Código de Conduta em matéria de desinformação²⁹³, que foi estabelecido pela primeira vez em 2018 e revisto no ano de 2022, atualmente, algumas empresas relevantes no mercado são signatárias, como a *Meta*, a *Microsoft*, e o *Google*, em contrapartida, o *Twitter/X* não aderiu.

O Código de Conduta em matéria de desinformação de 2022, da UE, prevê diretrizes expressivas, uma das mais importantes é a possibilidade de desmonetização da divulgação da desinformação, também enaltece o aprimoramento da transparência da publicidade política e endossa a confiança no procedimento de verificação de fatos²⁹⁴.

A confiança no poder de autorregulação do mercado é a principal fragilidade dos códigos de conduta, porque acredita que ele será capaz de proteger os direitos fundamentais dos usuários das mídias sociais, sem a intervenção mais intensa do Estado²⁹⁵.

A esse respeito, as informações sobre o cumprimento (ou não) do código precisam ser transparentes, para que a sociedade possa acompanhar a sua execução, e deve dispor de algum mecanismo de *feedback*.

²⁹²QUINTEL, Teresa; ULLRICH, Carsten. Self-Regulation of Fundamental Rights? The EU Code of Conduct on Hate Speech, related initiatives and beyond [2018]. *In*: PETKOVA, Bilyana; OJANEN, Tuomas (EDS).

Fundamental Rights Protection online: the future regulation intermediaries. [Chapter of upcoming book publication]. Edward Elgar Publishing, Summer/Autumn 2019. Disponível em: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3298719. Acesso em: 01 nov. 2023, p.13.

²⁹³EUROPEAN COMMISSION. **The 2022 Code of Practice on Disinformation.** Disponível em: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/code-practice-disinformation>. Acesso em: 27 out. 2023.

²⁹⁴EUROPEAN COMMISSION. **The Strengthened Code of Practice on Disinformation 2022.** Disponível em: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/2022-strengthened-code-practice-disinformation>. Acesso em: 27 out. 2023.

²⁹⁵QUINTEL; ULLRICH. *Op. cit*

2.4.3 Combatendo a desinformação com mais informação: correção de informações, rotulagens, agências e comunidades de *fact-checking*

Uma vez que a desinformação se posiciona no sentido contrário ao ato de informar, constringendo o direito de informação de outrem, parece bastante coerente que a falsidade ou distorção seja corrigida por uma contrainformação, que tenha base factual. Contudo, as informações adicionais são afetadas pela infraestrutura baseada em plataforma, das mídias sociais, e por fatores psicológicos latentes no discurso.

Os *standards* que envolvem a adição de informações cativam alguns juristas por se apresentar como alternativa contra a censura de conteúdo ou de contas, por isso, mostra-se mais compatível com a visão ampla de liberdade de expressão, e podem ser resumidos pela ideia de que informações ruins são combatidas por informações de melhor qualidade²⁹⁶, de certo modo, se afigura com a fé na teoria do livre mercado de ideias.

Nesta senda, Rais salienta que o conteúdo das mensagens é fundamental para a identificação da desinformação, mas, preocupa-se com a intervenção do Estado no discurso que, nos extremos —seja por medida legislativa ou por atuação do Poder Judiciário—, podem atuar de maneira específica demais, de modo a configurar censura, ou abrangente em excesso, a ponto de ser ineficaz no combate, em razão disso, prefere “que se busquem incentivos para a informação e, somente com ela, seria possível vencer a desinformação”²⁹⁷.

A progressiva perda do monopólio da informação pelas mídias de massa e o surgimento do *citizen journalism* reconfiguraram a opinião pública dentro de uma atmosfera mais plural, a consolidação das mídias sociais no fluxo cotidiano de informações ocorre, simultaneamente, à crise e às afrontas ao Estado democrático de Direito, pelo populismo, pela desconfiança e simplificação das notícias²⁹⁸.

Por conseguinte, uma das ameaças geradas pela desinformação é a desvalorização e a invalidação das vozes especializadas, que prejudica a racionalidade do discurso e o prestígio pelos fatos e evidências²⁹⁹, até mesmo as compreensões universais são desconstituídas para

²⁹⁶MACEDO JÚNIOR, Ronaldo Porto. Fake News e as novas ameaças à liberdade de expressão. In: ABOUD, G; NERY JUNIOR, N.; CAMPOS, R. (org.) **Fake News e regulação**. 3 ed. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2021.

²⁹⁷RAIS, Diogo. Desinformação no contexto democrático. In: ABOUD, G; NERY JUNIOR, N.; CAMPOS, R. (org.) **Fake News e regulação**. 3 ed. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2021, p. 289.

²⁹⁸AMATO, Lucas Fucci. Fake News: regulação ou metarregulação? **Revista de Informação Legislativa: RIL**, Brasília, v.58, n. 230, p.29-53, abr./jun. 2021. Disponível em: https://www12.senado.leg.br/ri/edicoes/58/230/ri_v58_n230_p29. Acesso em 25 abr. 2023.

²⁹⁹THE INFORMATION SOCIETY PROJECT; THE FLOYD ABRAMS INSTITUTE FOR FREEDOM OF EXPRESSION. **Fighting Fake News Workshop Report**, 2017. Disponível em:

assumir dimensões personalíssimas ou tribais, as informações são conduzidas por narrativas *prêt-a-porter*, com forte apelo moral para endossar as opiniões simpatizantes e desacreditar as manifestações conflitantes³⁰⁰.

Desse modo, partindo-se do pressuposto que ocorre a depreciação da racionalidade do discurso, podemos inferir que umas das possibilidades de dano da desinformação é a destruição da confiança³⁰¹ e, para as pessoas que deixaram de acreditar no emissor, o acréscimo de informação não será capaz de resolver o problema, porque a percepção do ruído na comunicação não está na mensagem propriamente dita, e sim na sua origem.

Entretanto, não se pode olvidar que a demanda por desinformação, nas mídias sociais, surge como efeito adverso da procura por informações mais curtas³⁰², a qual é reforçada pela oportunidade em monetizar estas atividades, a despeito disso, Sanders e Jones³⁰³ compreendem que “enquanto o lucro esperado das notícias falsas exceder o custo de produzir notícias falsas, as condições do mercado irão apoiar o empreendimento” (tradução nossa), isso nos reenvia à discussão sobre como a infraestrutura digital das mídias sociais baseadas em plataforma são capazes de moldar o fluxo de informações na sociedade³⁰⁴.

Se a adição de informações, correções ou inserção de contexto for adotada como padrão, ainda resta analisar quem irá fazê-la (atores privados ou estatais), na realidade, o *standard* já vem sendo implementado por algumas plataformas, particularmente, com a intermediação de agências de checagem ou verificação de fatos privadas (*fact-checking*), conforme mencionado, o procedimento é defendido por ser menos ofensivo à liberdade de expressão. De outro modo, a utilização de agências governamentais como verificadoras de fatos, trazem o fantasma do

<https://law.yale.edu/isp/initiatives/floyd-abrams-institute-freedom-expression/practitioner-scholar-conferences-first-amendment-topics/fighting-fake-news-workshop>. Acesso em: 22 abr. 2023.

³⁰⁰AMATO, Lucas Fucci. Fake News: regulação ou metarregulação? **Revista de Informação Legislativa: RIL**, Brasília, 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. Acesso em 25 abr. 2023.

³⁰¹THE INFORMATION SOCIETY PROJECT; THE FLOYD ABRAMS INSTITUTE FOR FREEDOM OF EXPRESSION. **Fighting Fake News Workshop Report**, 2017. Disponível em:

<https://law.yale.edu/isp/initiatives/floyd-abrams-institute-freedom-expression/practitioner-scholar-conferences-first-amendment-topics/fighting-fake-news-workshop>. Acesso em: 22 abr. 2023.

³⁰²*Ibid.*

³⁰³SANDERS, Amy Kristin; JONES, Rachel L. Clicks at Any Cost: Why Regulation Won't Upend the Economics of Fake News. **The Business, Entrepreneurship & Tax Law Review**, v.2, 339-358, 2018.

Disponível em: <https://scholarship.law.missouri.edu/betr/vol2/iss2/6/>. Acesso em: 22 abr. 2023, p.346. “As long as the profit expected from fake news exceeds the cost of producing fake news, the market conditions will support the enterprise”.

³⁰⁴COHEN, Julie E. Infrastructuring the Digital Public Sphere. **25 Yale J. L & Tech**. [forthcoming], 2023. Disponível em: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=4434201. Acesso em: 28 set. 2023.

Estado como gestor da verdade, e expõe a preocupações com o autoritarismo, imparcialidade e o *rent seeking*³⁰⁵.

Após a verificação das agências, é essencial a atuação das plataformas para a finalização da operação, porque diante da constatação de desinformação irá rotular a mensagem, e/ou incluir a contrainformação na mesma postagem, ou adotar outras medidas expressas nas suas políticas. Neste sentido, a *Meta* tem parcerias com agências independentes e certificadas pela IFCN, para atuar no *Facebook* e *Instagram*, diferentemente, o *Twitter/X* utiliza a correção de informações, mas o procedimento é descentralizado, os próprios membros da comunidade realizam a verificação através do programa “notas da comunidade”. A IFCN tem atuação internacional e, com início das atividades em 2015, têm reunido e assessorada agências de verificação de fatos ao redor do mundo³⁰⁶.

Além dos obstáculos impostos pela infraestrutura das plataformas, a verificação de fatos enfrenta a árdua tarefa em lidar com vieses psicológicos dos usuários.

A verificação de fatos pode ter alcance limitado por não conseguir atingir todas as pessoas que tiveram acesso à primeira informação (que continha desinformação), no mais, ainda que consiga atingir todas as pessoas, a réplica pode parecer uma opinião minoritária e reiterar a notícia da desinformação original³⁰⁷.

Há evidências de que a desinformação se propague em virtude de mecanismos psicológicos que atuam no julgamento das informações.

O primeiro efeito é o viés de confirmação, e como as pessoas tendem a buscar notícias que ratifiquem as suas crenças e que estejam de acordo com a sua interpretação de mundo. O segundo, é a perspectiva cultural, que integra aquele sujeito como membro importante de um grupo ou tribo, e por isso, precisa se impor como tal, ao dar aval às informações favoráveis a ele. Os efeitos têm o condão de endossar a desinformação que lhe é benéfica e rebaixar as notícias contrárias, ainda que autênticas, porque o fundamento para a atuação não está na

³⁰⁵SCHNELLENBACH, Jan, On the Behavioural Political Economy of Regulating Fake News. **Ordo – Jahrbuch für die Ordnung von Wirtschaft und Gesellschaft**, 2017. Disponível em: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3038508. Acesso em: 25 abr. 2023.

³⁰⁶POYNTER. **About the Internet Fact-Checking Network**. Disponível em: <https://www.poynter.org/ifcn/about-ifcn/>. Acesso em: 02 nov.2023.

³⁰⁷THE INFORMATION SOCIETY PROJECT; THE FLOYD ABRAMS INSTITUTE FOR FREEDOM OF EXPRESSION. **Fighting Fake News Workshop Report**, 2017. Disponível em: <https://law.yale.edu/isp/initiatives/floyd-abrams-institute-freedom-expression/practitioner-scholar-conferences-first-amendment-topics/fighting-fake-news-workshop>. Acesso em: 22 abr. 2023.

veracidade dos fatos, e sim no desejo de impor a sua narrativa, de confirmar a sua identidade no grupo e a sua crença³⁰⁸.

Vale ressaltar que a verificação de fatos também pode gerar efeito *backfire*³⁰⁹, pois, ao tentar atacar a autenticidade da notícia, pode trazê-la de novo à tona, ajudando a propagar a peça inicial.

As plataformas têm se afastado da responsabilidade de serem vistas como censores da verdade e, no caso, as agências de verificação de fatos e a comunidade verificadora de fatos colaboram no processo de terceirização da credibilidade das notícias.

Finalmente, é plausível que parte dos usuários adotem uma postura mais imparcial ao se deparar com as notícias nas mídias sociais, ou atuem com mais racionalidade na apuração dos fatos, e fazer o melhor proveito possível da correção de informações, porém, ainda assim, a infraestrutura da plataforma não permitirá a plenitude desta racionalidade, porque é projetada para respostas automáticas, com restrição da autonomia do usuário, as atualizações dos algoritmos tem focado em rodar recursos para a captura de atenção das pessoas³¹⁰.

Em razão disso, ao sopesar sobre a elaboração dos *standards* regulatórios, todos esses efeitos devem ser considerados.

2.4.4 Empoderamento individual: alfabetização midiática ou digital

A disfunção suscitada pela fidelidade exagerada à teoria do livre mercado de ideias, assim como pelo enfrentamento exclusivo das consequências da desinformação, é ignorar questões precedentes.

Até mesmo o movimento internacional de combate à desinformação nas mídias sociais ocorre de maneira tardia ao surgimento do fenômeno, visando corrigir os problemas gerados por ele, com pouca reflexão sobre as suas causas, e é neste desígnio que estão sendo implementados os *standards* regulatórios.

As restrições do discurso, as correções de informação e a fixação de compromissos em códigos de conduta foram imaginados para serem executados em momentos posteriores à disseminação da desinformação, enquanto o empoderamento individual dos usuários, no

³⁰⁸HELM, Rebecca K; NASU, Hitoshi. Regulatory Responses to Fake News and Freedom of Expression: Normative and Empirical Evaluation. **Human Rights Law Review**. vol. 21, p. 302-328, 2021. Disponível em: <https://academic.oup.com/hrlr/article/21/2/302/6129940>. Acesso em: 22 abr. 2023.

³⁰⁹*Ibid.*

³¹⁰COHEN, Julie E. Tailoring Election Regulation: The Platform Is the frame. **4 Georgetown Law Technology Review**, v4, p.641-663, 2020. Disponível em: <https://scholarship.law.georgetown.edu/facpub/2537/>. Acesso em: 28 set. 2023.

manuseio das aplicações do ciberespaço, tem sido vislumbrado como solução estruturante para a questão.

Apesar de existirem dúvidas sobre o efeito persuasivo da desinformação, pois há quem acredite mais no seu potencial para a estabilização de crenças de grupos sociais³¹¹ (políticos, ideológicos, religiosos, etc.), a designação da alfabetização midiática ou digital, como medida contra a desinformação, é vista como consenso pela maioria dos estudiosos do fenômeno.

Diferentemente dos outros *standards*, a intenção é fortalecer as competências individuais de cada usuário, para torná-los resistentes à desinformação, o que pode incluir a promoção e o treinamento do pensamento crítico, através de ferramentas de alfabetização, inclusive com a sua inserção nos currículos escolares³¹².

Sanders e Jones³¹³ aduzem que:

O impulso para a alfabetização midiática deve incluir uma educação que promova a capacidade de acessar, analisar, avaliar, criar e agir usando todas as formas de comunicação, e deve ensinar o público a pensar criticamente, identificar os objetivos do autor e entender o papel da mídia na sociedade (Sanders; Jones, 2018, p.354)

A despeito disso, a Finlândia³¹⁴ vivencia uma experiência notável no combate à desinformação, o país incluiu a alfabetização midiática nos currículos escolares (da pré-escola até o ensino médio), as atividades de ensino consistem: na edição de imagem e vídeo, para que os estudantes percebam como é fácil manipular as informações; no estudo sobre o funcionamento dos algoritmos; na leitura crítica de notícias; no reconhecimento das diferenças entre os papéis das mídias sociais e do jornalismo³¹⁵. A atuação da Finlândia a levou a ocupar

³¹¹SCHNELLENBACH, Jan, On the Behavioural Political Economy of Regulating Fake News. **Ordo – Jahrbuch für die Ordnung von Wirtschaft und Gesellschaft**, 2017. Disponível em: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3038508. Acesso em: 25 abr. 2023.

³¹²THE INFORMATION SOCIETY PROJECT; THE FLOYD ABRAMS INSTITUTE FOR FREEDOM OF EXPRESSION. **Fighting Fake News Workshop Report**, 2017. Disponível em: <https://law.yale.edu/isp/initiatives/floyd-abrams-institute-freedom-expression/practitioner-scholar-conferences-first-amendment-topics/fighting-fake-news-workshop>. Acesso em: 22 abr. 2023.

³¹³SANDERS, Amy Kristin; JONES, Rachel L. Clicks at Any Cost: Why Regulation Won't Upend the Economics of Fake News. **The Business, Entrepreneurship & Tax Law Review**, v.2, 339-358, 2018. Disponível em: <https://scholarship.law.missouri.edu/betr/vol2/iss2/6/>. Acesso em 22 abr. 2023, p. 354. "The push for media literacy must include education that promotes the ability to access, analyze, evaluate, create, and act using all forms of communication, and it must teach audiences how to think critically, identify author goals, and understand the role of media in Society".

³¹⁴EUROPEAN COMMISSION. [YouthWiki. Finland] **6.8 Media Literacy and safe use of new media**. 2023. Disponível em: <https://national-policies.eacea.ec.europa.eu/youthwiki/chapters/finland/68-media-literacy-and-safe-use-of-new-media>. Acesso em 31 out. 2023.

³¹⁵POSSA, Julia. Finlândia inclui disciplina de “combate à desinformação” nas escolas. **Giz_br**. [tecnologia]. 2023. Disponível em: <https://gizmodo.uol.com.br/finlandia-inclui-disciplina-de-combate-a-desinformacao-nas-escolas/>. Acesso em: 31 out. 2023.

a liderança no *ranking* europeu de alfabetização midiática (da *Open Society Institute Sofia*), em escala decrescente, segue a Dinamarca, Noruega e Estônia, o índice avalia a capacidade de resiliência dos países frente à desinformação³¹⁶.

Outros aspectos também fazem parte da alfabetização midiática, por exemplo, como a melhor distribuição das notícias de qualidade. A perda de receitas de publicidade, das mídias tradicionais para as mídias sociais, aumentou o custo da produção regular de notícias da imprensa, a qual teve que reformular suas fontes de renda com a oferta de assinaturas e *paywall*. Desse modo, sob a ótica da Teoria do Acesso de Barron, o jornalismo de qualidade é distribuído de maneira desigual no mercado, favorecendo aqueles que possuem mais recursos financeiros para consumi-lo, aos que não detém, resta acessar outras fontes de mídia³¹⁷.

Em razão disso, as investidas para a regulação da desinformação também devem considerar como reconfigurar a distribuição de notícias na sociedade e a educação e conscientização do público em geral e dos intermediários e criadores de conteúdo³¹⁸, para remodelar a credibilidade das instituições³¹⁹.

Logo, a alfabetização midiática é avaliada como alternativa contra as soluções que interfiram no discurso³²⁰ e, principalmente, como medida essencial que deve ser associada a outros *standards* regulatórios para mitigar o fenômeno da desinformação nas mídias sociais.

2.4.5 Outras soluções

Além das possibilidades expostas, existem outras soluções que podem ser mencionadas, sem aprofundamentos, considerando os fins desta pesquisa.

Nesta perspectiva encontra-se a possibilidade de criação de *whitelists* pelo Estado ou entidades organizadas, a *whitelist* cumpre a função de certificar, através da listagem de pessoas

³¹⁶OPEN SOCIETY INSTITUTE SOFIA. **Finland Tops the New Media Literacy Index 2023, Countries Close to the War in Ukraine Remain Among the Most Vulnerable to Disinformation**. 2023. Disponível em: <https://osis.bg/?p=4450&lang=en>. Acesso em: 31 out. 2023.

³¹⁷SANDERS, Amy Kristin; JONES, Rachel L. Clicks at Any Cost: Why Regulation Won't Upend the Economics of Fake News. **The Business, Entrepreneurship & Tax Law Review**, v.2, 339-358, 2018. Disponível em: <https://scholarship.law.missouri.edu/betr/vol2/iss2/6/>. Acesso em: 22 abr. 2023.

³¹⁸*Ibid.*

³¹⁹QUINTEL, Teresa; ULLRICH, Carsten. Self-Regulation of Fundamental Rights? The EU Code of Conduct on Hate Speech, related initiatives and beyond [2018]. *In*: PETKOVA, Bilyana; OJANEN, Tuomas (EDS). **Fundamental Rights Protection online: the future regulation intermediaries**. [Chapter of upcoming book publication]. Edward Elgar Publishing, Summer/Autumn 2019. Disponível em: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3298719. Acesso em: 1 nov. 2023.

³²⁰SCHNELLENBACH, Jan, On the Behavioural Political Economy of Regulating Fake News. **Ordo – Jahrbuch für die Ordnung von Wirtschaft und Gesellschaft**, 2017. Disponível em: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3038508. Acesso em 25 abr. 2023.

ou organizações que atendam à critérios de credibilidade na criação ou distribuição de conteúdo, a sua maior fragilidade é a chance de poder ser utilizada de maneira parcial pelo certificador, favorecendo alguns em detrimento de outros, o governo também poderia subsidiar, diretamente, produtores ou distribuidores de conteúdos legítimos ou neutros, mas, enfrentaria os mesmos defeitos da *whitelist*³²¹.

De maneira mais direta, o Estado pode atribuir responsabilidades (cíveis, administrativas ou penais) para a difusão de desinformação. A imposição de sanções civis pode ser efetuada para comportamentos relacionados à desinformação que causem outros danos, dignos de reparação, sendo essencial a análise do caso concreto. O estabelecimento de multas também é uma via para desestimular a propagação da desinformação, podendo ser aplicada em relação à pessoa transgressora ou às plataformas que forem omissas em tornar o conteúdo indisponível, este último caso é previsto na NetzDG, na Alemanha³²².

A sanção criminal da desinformação é uma estratégia utilizada pelo Reino Unido, Camarões e Camboja, a vantagem é utilizar da infraestrutura mais repressiva do Estado para coibir comportamentos, entretanto, a elasticidade da compreensão sobre a desinformação gera sérios riscos de abusos, porque pode concretizar medidas desproporcionais e que violem o princípio da legalidade estrita³²³, além do mais, os nós da desinformação tornariam um crime de difícil policiamento³²⁴, por isso, seria necessário repensar os fundamentos do Direito Penal ou o legislador precisaria selecionar detalhadamente a atividade de desinformação a ser criminalizada, conforme ocorreu com o crime previsto no artigo 323 do Código Eleitoral, neste liame, as campanhas de desinformação aparentam ser as mais próximas disto.

2.4.6 As recomendações da Organização das Nações Unidas

Além das limitações inerentes a cada *standard*, a sua efetividade também depende de como o fenômeno é percebido no cenário internacional, por mais que cada Estado tente

³²¹THE INFORMATION SOCIETY PROJECT; THE FLOYD ABRAMS INSTITUTE FOR FREEDOM OF EXPRESSION. **Fighting Fake News Workshop Report**, 2017. Disponível em: <https://law.yale.edu/isp/initiatives/floyd-abrams-institute-freedom-expression/practitioner-scholar-conferences-first-amendment-topics/fighting-fake-news-workshop>. Acesso em: 22 abr. 2023.

³²²SCHNELLENBACH, Jan, On the Behavioural Political Economy of Regulating Fake News. **Ordo – Jahrbuch für die Ordnung von Wirtschaft und Gesellschaft**, 2017. Disponível em: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3038508. Acesso em: 25 abr. 2023.

³²³FERRAJOLI, Luigi. **Direito e razão: teoria do garantismo penal**. Tradução de Ana Paula Zomer Sica; Fauzi Hassan Choukr; Juarez Tavares; Luiz Flávio Gomes. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014.

³²⁴HELM, Rebecca K; NASU, Hitoshi. Regulatory Responses to Fake News and Freedom of Expression: Normative and Empirical Evaluation. **Human Rights Law Review**. vol. 21, p. 302-328, 2021. Disponível em: <https://academic.oup.com/hrlr/article/21/2/302/6129940>. Acesso em: 22 abr. 2023.

combater o fenômeno no âmbito interno, a conexão e a ubiquidade das aplicações no ciberespaço — em especial as mídias sociais e as ferramentas de busca — indicam que o sucesso do enfrentamento à desinformação pode ser promovido e estar sujeito aos mecanismos de cooperação internacional.

Neste contexto, a despeito da inexistência de consenso entre os países sobre os *standards* regulatórios de enfrentamento à desinformação, e com base na promoção e proteção de direitos humanos e liberdades fundamentais, a ONU tem se atentado para o estudo e recomendação de parâmetros mínimos, ou de boas práticas a serem compartilhados entre os Estados³²⁵ e, também, executadas pelas grandes empresas para combater à desinformação.

Quanto à delimitação teórica da desinformação, a ONU (igualmente) emprega os termos *misinformation* (disseminação acidental) e *disinformation* (propagação intencional), na construção de respostas, recomenda valorizar o discurso público em face da proteção da liberdade de expressão e de resguardar as restrições somente para os casos mais graves, por isso, compreende que as manifestações críticas em forma de sátira, paródia, ironia, humor ou até mesmo as interpretações equivocadas de fatos não devem ser restringidos com fundamento no combate à desinformação³²⁶.

Quanto aos *standards* e parâmetros mínimos, as recomendações desdobram-se em atividades dos Estados e das empresas.

Aos estados cabe: recuperar a confiança nas instituições públicas, através do incentivo aos meios de comunicação independentes e da transparência sobre o acesso à informação; realizar programas de alfabetização midiática ou digital; envolver a sociedade civil e as organizações jornalísticas no combate à desinformação e na construção de ferramentas para verificação de fatos; evitar a restrição excessiva do discurso público, através de normas desproporcionais e imprecisas, da criminalização indevida e o bloqueios de sites³²⁷.

As empresas têm a responsabilidade de: alinhar a sua atuação e o seu modelo de negócios às questões éticas e ao respeito aos direitos humanos; ajudar na divulgação de práticas e políticas contra a desinformação; garantir maior transparência às informações relevantes; e garantir a efetividade das práticas de moderação de conteúdo, com a recomendação de que o

³²⁵UNITED NATIONS. **Countering Disinformation**. 2022. Disponível em: https://www.un.org/en/countering-disinformation?gclid=Cj0KCQiAsvWrBhC0ARIsAO4E6f-B5O2iF-iiRMFjC75kYAjL0M0Qao3sVxBawH4vtWvEXVKGZ3G5JucaAsk-EALw_wcB. Acesso em: 16 dez. 2023.

³²⁶*Ibid.*

³²⁷*Ibid.*

seu funcionamento não seja mitigado a depender do local, nem que os seus recursos sejam insuficientes³²⁸.

Em função do exposto, denota-se que a ONU interpreta que o combate à desinformação deve ser fundamentado na atuação de todos os *gatekeepers* e que a responsabilidade pela regulação deve ser mais bem distribuída entre as forças de governança pública e privada, também ressalta a importância da alfabetização midiática e em ver as interrupções no discurso de maneira mais comedida.

No que tange à atividade das plataformas, preconiza a importância das questões éticas e do respeito aos direitos humanos como limitação de poder e dos riscos opostos pelo seu modelo de negócios.

Em função do exposto, as informações consolidadas sobre o ciberespaço, as mídias sociais e os *standards* regulatórios permitem avaliar de maneira sistemática, a agenda brasileira no combate à desinformação.

³²⁸UNITED NATIONS. **Countering Disinformation**. 2022. Disponível em: https://www.un.org/en/countering-disinformation?gclid=Cj0KCQiAsvWrBhC0ARIsAO4E6f-B5O2iF-iiRMFjC75kYAjL0M0Qao3sVxBawH4vtWvEXVKGZ3G5JucaAsk-EALw_wcB. Acesso em: 16 dez. 2023.

3 A AGENDA BRASILEIRA NO COMBATE À CULTURA DA DESINFORMAÇÃO NAS MÍDIAS SOCIAIS

A cultura da desinformação se incorporou como prática na vida diária dos usuários das mídias sociais, seja para atrair o engajamento em decorrência de polêmica, ou para deliberadamente enganar alguém ou, de alguma forma, monetizar a distribuição de conteúdo.

Mesmo diante dos sinais de interferência do fenômeno na esfera política de importantes democracias, como o Brasil, os EUA, e o Reino Unido e, posteriormente, afetar questões de saúde pública em escala global, no período da pandemia do Covid-19, muitos governos ainda se encontram reticentes em combater, efetivamente, a desinformação nas mídias sociais.

O enfrentamento à desinformação é um desafio porque a eleição de modelos e *standards* regulatórios eficientes é controversa, além disso, são propostas que não agradam parcela considerável de usuários das aplicações do ciberespaço e enfrentam, diretamente, o imperativo econômico das maiores empresas de tecnologia do mundo.

A popularização dos *smartphones*, do acesso à internet e das mídias sociais favoreceu a circulação rápida de notícias, e algumas delas tem claro efeito persuasivo, vale lembrar os casos de intoxicação por desinfetante³²⁹ no período da pandemia do Covid-19, e o quanto foi preciso lembrar às pessoas de não beber alvejante³³⁰.

No Brasil, o combate à desinformação nas mídias sociais tardou a ingressar na agenda pública, e a discussão da regulação sucede à já concretizada no âmbito da União Europeia, que originou a DSA e a DMA.

Em função do vácuo legislativo, muitos casos de desinformação são judicializados, ao mesmo tempo, alguns entes federativos têm tentado enfrentar o problema conforme as suas possibilidades de atuação, a título de exemplo: o Estado do Amapá promulgou a Lei nº 2.503, de 25 de junho de 2020³³¹, que estabelece multa para quem divulgar por meio eletrônico ou similar, notícias falsas — *fake news* — sobre epidemias, endemias e pandemias no Estado do Amapá; igualmente, o Estado de Tocantins promulgou a Lei nº 3.996, de 22 de julho de 2022³³²,

³²⁹KLUGER, Jeffrey. Accidental poisonings increased after President Trump's disinfectant comments. **Time**. 2020. Disponível em: <https://time.com/5835244/accidental-poisonings-trump/>. Acesso em: 11 nov. 2023.

³³⁰JANKOWICZ, Nina. **How to Lose The Information War: Russia, Fake News, and the Future of Conflict**. London: I. B. Tauris, 2020.

³³¹AMAPÁ. Lei nº 2.503, de 25 de junho de 2020. **Diário Oficial do Estado do Amapá** [nº 7.198], Poder Executivo, Macapá, AP, 25 jun., 2020, seção 1, p. 2. Disponível em: <http://silegis.al.ap.gov.br/proposicao/pdf/102037inteiroPLO00542020AL.pdf>. Acesso em: 11 nov. 2023.

³³²TOCANTINS. Lei nº 3.996, de 22 de julho de 2022. **Diário Oficial do Estado do Tocantins** [nº 6.135], Poder Executivo, Palmas, TO, 25 jul., 2022. Ano XXXIV, p.3. Disponível em: <https://doe.to.gov.br/diario/4685/download>. Acesso em: 11 nov. 2023.

que estabelece multa para quem divulgar por meio eletrônico, notícias falsas — “*fake news*” — sobre epidemias, endemias e pandemias no Estado do Tocantins; na Paraíba, o Governo instaurou um canal para checagem de fatos, através da campanha *Fake Não*³³³.

Considerando este cenário, neste capítulo busca-se investigar e discutir a agenda brasileira no combate à cultura da desinformação nas mídias sociais, serão priorizadas as propostas de relevância ou abrangência nacional, em razão disso, a investigação incidirá na análise do PL 2630/2020, na atuação do STF e TSE, e nas propostas lançadas pela Presidência da República.

A análise da proposta legislativa é relevante para compreender os *standards* regulatórios cogitados, que integram o modelo de regulação. Paralelamente, considerando que o Brasil não detém regulação estatal específica, muitos casos são demandados judicialmente, em geral, discutem-se questões de natureza política e eleitoral, o que justifica a investigação da atuação do STF e do TSE sobre a matéria. As atribuições da Presidência da República, em relação ao planejamento e execução de políticas públicas, também fundamentam esta análise.

Com isso, espera-se obter o panorama das intervenções estatais contra à desinformação, que possa subsidiar o exame das suas potencialidades.

3.1 O PROJETO DE LEI Nº 2.630/2020

O PL 2630/2020 foi selecionado para análise por possuir parâmetros de enfrentamento à desinformação no ciberespaço e porque, dentre as propostas legislativas, é a que está com a discussão mais avançada, em que pese haver a possibilidade de sofrer mudanças substanciais no seu texto, ainda é o projeto com maior potencial para ser transformado em lei.

O PL 2630/2020 foi proposto pelo Senador Alessandro Vieira, e após a deliberação no Senado Federal, foi encaminhado para a apreciação da Câmara dos Deputados em função do sistema legislativo bicameral, atualmente, após a aprovação do regime de urgência, em 25 de abril de 2023³³⁴, o projeto ainda segue tramitando na Câmara dos Deputados, onde aguarda a criação de Comissão Temporária pela Mesa.

³³³PARAÍBA. Governo do Estado da Paraíba. **Fake Não**. Disponível em: <https://paraiba.pb.gov.br/fakenao>. Acesso em: 12 nov. 2023.

³³⁴BRASIL. Câmara dos Deputados. **Projeto das fake news tem urgência aprovada e irá a voto na próxima terça**, 2023. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/noticias/955642-projeto-das-fake-news-tem-urgencia-aprovada-e-ira-a-voto-na-proxima-terca-acompanhe/#:~:text=A%20C%C3%A2mara%20dos%20Deputados%20aprovou,Responsabilidade%20e%20Tra nspar%C3%A2ncia%20na%20Internet>. Acesso em: 12 nov. 2023.

Será avaliado como o debate se transformou no decorrer do processo legislativo, desde o ano de 2020 até os dias atuais, e como isso impactou no texto e nas finalidades do projeto. Por isso, serão examinadas três versões do PL 2630/2020, e para evitar imprecisões, serão citadas do seguinte modo:

a) PL 2630/2020a³³⁵: para o texto inicial do projeto, de autoria do Senador Alessandro Vieira;

b) PL 2630/2020b³³⁶: para o texto encaminhado à Câmara dos Deputados, após a aprovação do Senado Federal;

c) PL 2630/2020c³³⁷: para a redação do substitutivo apresentado e relatado pelo Deputado Federal Orlando Silva, é o texto vigente do projeto após a aprovação do regime de urgência.

Vale ressaltar que após a conclusão da apreciação pela Câmara dos Deputados, como o projeto sofreu alterações pela casa revisora, ele deve (ria) retornar à casa iniciadora (Senado Federal), com fundamento na norma expressa no parágrafo único, do artigo 65 da CRFB/1988.

Em todas as etapas, não houve alteração na ementa do projeto, que prevê instituir a Lei Brasileira de Liberdade, Responsabilidade e Transparência na Internet. A redação da ementa sinaliza a tutela mais abrangente de temas relacionados à internet, no entanto, em virtude de parte do seu conteúdo tratar sobre a desinformação, a proposta virou objeto de disputa política e ideológica e passou a ser referenciada como “PL das Fake News” ou “PL da censura”.

A transformação mais significativa do projeto, é como ele deixou de se referir ao combate à desinformação, apesar de manter mecanismos que possam ser utilizados neste processo. O PL 2630/2020a apresentava propostas claras contra à desinformação, e em 23 trechos do texto mencionava o termo “desinformação”, contrariamente, o PL 2630/2020b refere-se ao termo em dois momentos, ao definir atribuições ao Conselho de Transparência e

³³⁵BRASIL. Senado Federal. **Projeto de Lei nº 2.630, de 2020**. Institui a Lei Brasileira de Liberdade, Responsabilidade e Transparência na Internet. Brasília: Senado Federal, 2020a. Disponível em: https://legis.senado.leg.br/sdleg-getter/documento?dm=8110634&ts=1697571574911&disposition=inline&_gl=1*1qz33g6*_ga*MTYwMDYwODA4NS4xNjk3Mzk4NDAw*_ga_CW3ZH25XMK*MTY5OTY4NTU0NS4xMi4xLjE2OTk2ODU1NTYuMC4wLjA. Acesso em: 01 nov. 2023.

³³⁶BRASIL. Senado Federal. **Projeto de Lei nº 2.630, de 2020**. Institui a Lei Brasileira de Liberdade, Responsabilidade e Transparência na Internet. Brasília: Senado Federal, 2020b. Disponível em: https://legis.senado.leg.br/sdleg-getter/documento?dm=8128670&ts=1697571590468&disposition=inline&_gl=1*qxy6qz*_ga*MTYwMDYwODA4NS4xNjk3Mzk4NDAw*_ga_CW3ZH25XMK*MTY5OTY4NTU0NS4xMi4xLjE2OTk2ODU1NTYuMC4wLjA. Acesso em: 01 nov. 2023.

³³⁷BRASIL. Câmara dos Deputados. **Projeto de Lei nº 2.630, de 2020**. Institui a Lei Brasileira de Liberdade, Responsabilidade e Transparência na Internet. Brasília: Câmara dos Deputados, 2023. Disponível em: https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/prop_mostrarintegra?codteor=2265334&filename=PRLP+1+%3D%3E+PL+2630/2020. Acesso em: 01 nov. 2023.

Responsabilidade na Internet, no artigo 25, incisos II e IX, enquanto o PL 2630/2020c reduziu para três menções, nos artigos 38 (inciso I), e no 51 (incisos II e III), apesar de que as discussões nas audiências públicas foram, essencialmente, pautadas neste tema.

Conforme exposto alhures, o projeto se destina a disciplinar a liberdade, a responsabilidade e a transparência na internet, ou seja, matérias que vão além do combate à desinformação nas mídias sociais. Portanto, considerando os fins desta pesquisa, as normas serão divididas em eixos temáticos, e serão evidenciadas e exploradas somente aquelas que tratem sobre a desinformação, ou que possam interferir (potencialmente) no fenômeno.

3.1.1 Eixos temáticos do PL 2630/2020

Com base nas disposições do PL 2630/2020, discutidos no decorrer do processo legislativo, priorizou-se a análise dos seguintes eixos: a) provedores de aplicação destinatários da norma; b) primazia da liberdade de expressão e reservas legais; c) conceitos fundamentais para a aplicação da norma, contra a desinformação; d) objeções às redes de desinformação e ao comportamento inautêntico; e) transparência de relatórios sobre a desinformação em rede e sobre conteúdos pagos; f) transparência e colaboração com as pesquisas acadêmicas; g) *standards* regulatórios h) regime de responsabilidade civil dos provedores; i) desinformação e o serviço público:

a) provedores de aplicação destinatários da norma:

Tendo em vista que um dos objetivos principais do projeto consiste em combater a desinformação na internet, o PL 2630/2020a estabelecia como destinatários da norma, os provedores de aplicação de redes sociais, cujo quantitativo de usuários registrado seja maior ou igual a dois milhões, e os serviços de mensageria privada (artigo 1º, *caput e §1º*). O PL 2630/2020b manteve os destinatários, com a extensão da exigência do quantitativo de usuários, também, aos serviços de mensageria privada (artigo 1º, *caput e §1º*). O PL 2630/2020c condiciona a aplicação da norma aos provedores de aplicação que desenvolvam suas atividades de forma organizada e que constituam pessoa jurídica, além das redes sociais, incluiu no rol de destinatários, as ferramentas de busca e os provedores de aplicação de conteúdo sob demanda (especialmente para questões de remuneração do conteúdo com base no direito do autor e direitos conexos), e substituiu os “serviços de mensageria privada” por “mensageria instantânea”, quanto ao quantitativo de usuários, passou a estabelecer o número médio de mais de dez milhões de usuários mensais, conforme exposto no artigo 2º.

Neste sentido, os legisladores pretendem selecionar somente os provedores com maior impacto no mercado e que atinjam um vasto número de usuários, é um fator importante em relação à desinformação, porque, como qualquer conteúdo que se pretenda tornar viral, é provável que o eventual disseminador procure propagá-lo nas maiores plataformas, para que atinja mais pessoas.

Continuamente, a inclusão (no texto atual) dos mecanismos de busca no rol de destinatários foi adequada, visto que, embora a regra seja não gerar conteúdo próprio e sim indexarem páginas de terceiros, é possível que mensagens que contenham desinformação sejam exibidas, ainda que já suprimidas ou indisponibilizadas na plataforma originária, isto é, colaborando na sua disseminação, esta possibilidade é alertada na política de privacidade do *Twitter/X*³³⁸.

Outro avanço no PL 2630/2020c foi a equiparação desses provedores como meios de comunicação social, (artigo 2º, §2º) para fins de aplicação da Lei Complementar nº 64, de 18 de maio de 1990³³⁹, com a inserção, conforme a norma expressa no artigo 22, *caput*, desta lei, se repudia o “uso indevido, desvio ou abuso do poder econômico, ou do poder de autoridade, ou utilização indevida [do] meio de comunicação social, em benefício de candidato ou de partido político”. Sendo assim, os provedores não poderiam funcionar como instrumentos de abuso do poder econômico para favorecimento político que, eventualmente, poderia ocorrer com o patrocínio ou pagamento por publicidade ou impulsionamento de desinformação.

A redação inicial do PL 2630/2020a vinculava o tratamento destes provedores à aplicação de normas, diretrizes e mecanismos para desestimular o abuso, a manipulação e danos individuais ou coletivos (artigo 1º, *caput*). Houve retrocesso no PL 2630/2020b em relação à desinformação, pois vinculou os provedores apenas no combate ao comportamento inautêntico e ao aprimoramento da transparência sobre conteúdos pagos (artigo 1º, §1º), já o PL 2630/2020c assumiu parâmetros maiores e deixou de vinculá-los a estes comportamentos.

Apesar de, claramente, não ser o objetivo principal do projeto, o PL 2630/2020c, no artigo 31, §6º, impõe a responsabilidade dos provedores de aplicação ofertantes de conteúdo sob demanda em “adotar mecanismos para identificar e neutralizar a atuação de contas automatizadas que distorçam artificialmente ranqueamento de listas de reprodução”. Trata-se de norma contra a prática de *astroturfing* ou de fraude informacional por difusão, seguindo o

³³⁸TWITTER. **Política de privacidade do Twitter**. 2023. Disponível em: <https://twitter.com/pt/privacy>. Acesso em: 27 jun. 2023.

³³⁹BRASIL. **Lei complementar nº 64, de 18 de maio de 1990**. Estabelece de acordo com o artigo 14, § 9º da Constituição Federal, casos de inelegibilidade, prazos de cessação, e determina outras providências. Disponível: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/lcp/lcp64.htm. Acesso em: 13 nov. 2023.

termo apresentado nesta pesquisa, como esses provedores podem exibir texto, vídeo, áudio ou imagem (artigo 31, *caput*), a disposição pode reprovar a prática desta conduta para promover um *podcast* ou entrevista cujo conteúdo seja eminentemente desinformativo, e tenha sido impulsionado justamente em razão do conteúdo, por exemplo;

b) Primazia da liberdade de expressão e reservas legais:

Provavelmente, a possibilidade de interferências na liberdade de expressão é a questão mais polêmica do projeto, e que enseja maior preocupação por parte dos usuários e dos provedores de aplicações. O PL 2630/2020a impôs diversas restrições às condutas que possam facilitar a desinformação nas mídias sociais, como contas inautênticas, disseminadores e redes de disseminação artificial, conteúdos patrocinados sem rótulos (artigo 5º), e outras medidas direcionadas aos provedores de aplicação (artigo 9º), apesar disso, manteve a reserva legal de que tais restrições não podem afetar o livre desenvolvimento da personalidade e nem limitar “[a] manifestação artística, intelectual, de conteúdo satírico, religioso, ficcional, literário ou qualquer outra forma de manifestação cultural, nos termos dos arts. 5º, IX e 220 da Constituição Federal”, consoante o artigo 5º, §1º. A norma contida no parágrafo único do artigo 9º, segue o mesmo propósito, já o inciso II, do artigo 4º, manteve os conteúdos humorísticos e de paródia fora do conceito de desinformação, conseqüentemente, não poderiam sofrer destas medidas, ademais, o *caput* do artigo 2º vincula a observância da lei às disposições do MCI e da LGPD, em razão disso, as normas de uso da internet devem observar a garantia da liberdade de expressão, comunicação e manifestação do pensamento, em consonância com o MCI e a CRFB/1988.

A deliberação do PL 2630/2020b aparenta ter sido bem afetada pela pressão pública em relação à proteção da liberdade de expressão, visto que: associou a aplicação da lei à garantia de “segurança e ampla liberdade de expressão, comunicação e manifestação do pensamento” (artigo 1º, *caput*); reconheceu a liberdade de expressão e de imprensa como princípio (artigo 3º, I); definiu como objetivo “a defesa da liberdade de expressão e o impedimento da censura no ambiente online” (artigo 4º, inciso II); e associou a garantia e a proteção da liberdade de expressão como responsabilidade dos provedores de aplicação de internet (artigo 12) e de redes sociais e de serviços de mensageria privada (artigo 6º). Do mesmo modo que no texto inicial, manteve a indicação de harmonia com o MCI e a LGPD, também manteve a reserva legal às espécies de manifestações, aumentando o seu campo, ao fixar que as vedações legais “não implicarão restrição à manifestação artística, intelectual ou de conteúdo satírico, religioso, político, ficcional ou literário, ou a qualquer outra forma de manifestação cultural, nos termos dos arts. 5º, inciso IX, e 220 da Constituição Federal” (artigo 6º, §1º).

A discussão do PL 2630/2020c, na Câmara dos Deputados, ocorreu num momento de maior atenção do público e das grandes mídias sobre o tema debatido, por isso, a partir da leitura do texto, denota-se maior cautela com a liberdade de expressão. Esta versão do projeto mantém o sentido das reservas legais, em relação à proteção das formas de manifestação, adicionando a liberdade de expressão, no parágrafo único, do artigo 1º. Além disso, em vários trechos trata sobre a liberdade de expressão: como princípio (artigo 3º, incisos III e IV); como direito fundamental dos usuários e provedores (artigo 3º, §1º); como um risco sistêmico a ser avaliado pelos provedores (artigo 7º, §2º, inciso II); como liberdade limitadora da moderação de conteúdo (artigo 17);

c) Conceitos fundamentais para a aplicação da norma, contra a desinformação:

O texto inicial do PL 2630/2020a elencou diversos conceitos, cuja interpretação é importante para a aplicação da lei e para o combate à desinformação.

No artigo 4º, inciso II, compreende a desinformação como o “conteúdo, em parte ou no todo, inequivocamente falso ou enganoso, passível de verificação, colocado fora de contexto, manipulado ou forjado, com potencial de causar danos individuais ou coletivos, ressalvado o ânimo humorístico ou de paródia”. Pela descrição, o conceito abrange as notícias falsas, as notícias fraudulentas sem base factual e as notícias fraudulentas por distorção, desde que possuam potencial para causar dano, malgrado o conceito não se aderir tão bem à fraude informacional por difusão, esta espécie é alcançada pelo conceito de rede de disseminação artificial, conforme o artigo 4º, inciso VI:

Artigo, 4º [...] VI - rede de disseminação artificial: conjunto de disseminadores artificiais cuja atividade é coordenada e articulada por pessoa ou grupo de pessoas, conta individual, governo ou empresa com fim de impactar de forma artificial a distribuição de conteúdo com o objetivo de obter ganhos financeiros e ou políticos;

Além destes, o PL 2630/2020a enumera outros conceitos importantes para o combate à desinformação, como as contas inautênticas, que são contas cujo uso ou criação ocorre para disseminar desinformação (artigo 4, inciso IV) e os disseminadores artificiais (artigo 4º, inciso V), considerados como “qualquer programa de computador ou tecnologia empregada para simular, substituir ou facilitar atividades de humanos na disseminação de conteúdo em aplicações de internet”.

Em face das dificuldades e das disputas para compreender o fenômeno da desinformação, os conceitos legais se tornam importantes para direcionar a aplicação da norma, até mesmo porque a proposta estabelece um conjunto de medidas impositivas e que, por

representarem intervenções estatais nas relações entre os provedores de aplicação e os usuários, precisam esclarecer os limites de atuação, neste aspecto, apenas o texto inicial apresentou o conceito de desinformação, que foi abandonado nas redações subsequentes.

É verossímil que diante da pressão popular e das alegações sobre o risco de censura, os parlamentares tenham preferido não arriscar em definir o que é a desinformação, porque muitos interpretam esta questão como se o Estado tivesse assumindo o papel de censor da verdade.

Continuamente, o PL 2630/2020b retrocede na conceituação da desinformação e foca no combate ao comportamento inautêntico e na transparência de regras para a publicidade e impulsionamento. Expressa a conta inautêntica como “a conta criada ou usada com o propósito de assumir ou simular identidade de terceiros para enganar o público, ressalvados o direito ao uso de nome social e à pseudonímia nos termos desta Lei, bem como o explícito ânimo humorístico ou de paródia” (artigo 5º, inciso II), nesta senda, a inautenticidade da conta é considerada mais para questões de identificação do usuário, do que para o repúdio à disseminação de desinformação (em comparação ao texto inicial), vale lembrar que a desinformação também se manifesta através de contas autênticas.

O PL 2630/2020c também deixou de conceituar a desinformação, mas, trouxe outros conceitos importantes, que podem interferir no fenômeno, como o conceito de ferramentas de busca (artigo 5º inciso IV), para fins de aplicação da norma, o perfilamento (artigo 5º, inciso VI) — no tratamento de dados —, e a moderação de conteúdo, que inclui:

Artigo 5º, V – moderação de conteúdo: elaboração e aplicação de regras sobre contas e conteúdos gerados por terceiros que impliquem a exclusão, indisponibilização, redução ou promoção de alcance, sinalização de conteúdos, desindexação e outras com efeito análogo, bem como as medidas empregadas para o cumprimento desta Lei, nos termos da regulamentação;

A compreensão sobre a moderação de conteúdo é relevante porque é a forma mais usual de controle da desinformação nas mídias sociais, após a efetivação da moderação, ao se reconhecer alguma violação nas postagens, os provedores tomam algumas medidas restritivas em relação a ela, conforme foi discutido no primeiro capítulo. Neste sentido, o PL 2630/2020c também prioriza deveres de transparência e procedimentos que garantam o devido processo legal aos usuários cujas postagens foram afetadas, desse modo, amplia a responsabilidade dos provedores contra a censura privada e a favor da liberdade de expressão. Outro ponto, é que ao considerar como moderação, a desindexação e outras formas análogas, o projeto estende a aplicação das normas às ferramentas de busca, cuja atuação também pode interferir no cenário de desinformação, tais quais as mídias sociais;

d) objeções às redes de desinformação e ao comportamento inautêntico:

No texto do PL 2630/2020a havia vinculação direta entre a vedação às redes de disseminação da desinformação e do comportamento inautêntico com o combate à desinformação, é compreensível que foram eleitas como instrumentos para se alcançar uma finalidade, enfrentar a desinformação no ciberespaço, coerente com os conceitos expressos no artigo 4º:

Art. 4º Para os efeitos desta Lei, considera-se: IV - **conta inautêntica: conta criada ou usada com o propósito de disseminar desinformação** ou assumir identidade de terceira pessoa para enganar o público; [...] VI - rede de disseminação artificial: conjunto de disseminadores artificiais cuja atividade é coordenada e articulada por pessoa ou grupo de pessoas, conta individual, governo ou empresa com fim de impactar de forma artificial a distribuição de conteúdo com o objetivo de obter ganhos financeiros e ou políticos (grifo nosso);

A norma expressa no artigo 5º, impõe vedações às aplicações de internet: “Art. 5º São vedados, nas aplicações de internet de que trata esta Lei: I - contas inautênticas; [...] III – redes de disseminação artificial **que disseminem desinformação**” (grifo nosso).

O texto inicial impõe medidas graves contra a desinformação, tendo em vista que, pela exegese do inciso IV, do artigo 4º uma conta autêntica poderia ser compreendida como inautêntica, caso fosse usada para disseminar desinformação, configurando comportamento vedado pela lei. Do mesmo modo, proíbe esse comportamento em rede de desinformação, as famosas campanhas de desinformação.

Com o avançar do processo legislativo, essa vinculação específica da atuação das contas e redes com a disseminação de desinformação foi perdendo o sentido, para abarcar outros comportamentos, em perspectiva mais abrangente.

O PL 2630/2020b redireciona as suas medidas, com o objetivo de combater o comportamento inautêntico e as redes de distribuição artificial de conteúdo (artigo 4º, inciso I), para tanto, conceitua o comportamento inautêntico e as redes de distribuição do seguinte modo:

Art. 5º Para os efeitos desta Lei, considera-se: [...] II – conta inautêntica: conta criada ou usada com o propósito de assumir ou simular identidade de terceiros para enganar o público, ressalvados o direito ao uso de nome social e à pseudonímia nos termos desta Lei, bem como o explícito ânimo humorístico ou de paródia; III – rede de distribuição artificial: comportamento coordenado e articulado por intermédio de contas automatizadas ou por tecnologia não fornecida ou autorizada pelo provedor de aplicação de internet, ressalvadas as que utilizam interface de programação de aplicações, com o fim de impactar de forma artificial a distribuição de conteúdos;

Percebe-se que a reprimenda à conta inautêntica foca em como ela pode ser utilizada para enganar alguém, não necessariamente, por condutas que se caracterizam como desinformação, de modo semelhante, as redes de distribuição artificial são vistas como ameaça à diversidade de informações, através da manipulação de conteúdos que vão além da desinformação, por exemplo, com o impulsionamento de candidatos políticos ou de celebridades, o ataque à reputação de alguém, o reforço ideológico de determinado viés no discurso público, por isso, considera-se que o projeto foi perdendo a identidade e o foco em enfrentar somente a desinformação.

O PL 2630/2020c retirou do texto os conceitos de conta inautêntica e de redes de distribuição artificial, ao invés disso, concentra as suas normas em imposições de *compliance* aos provedores de aplicação em relação ao uso de contas automatizadas, mormente, no artigo 31, §6º, e no artigo 43, todavia, no artigo 50, estabelece crime que pode envolver o uso de contas automatizadas, o qual será melhor delineado no eixo temático “g”;

e) transparência de relatórios sobre a desinformação em rede e sobre conteúdos pagos:

O cerne do modelo de negócio dos provedores das mídias sociais é visto como segredo comercial, por isso, é difícil compreender com precisão como as estruturas algorítmicas podem favorecer a desinformação no ciberespaço, ainda é necessário aprofundar sobre esses dados, além disso, a oferta de publicidade e impulsionamentos permitem que terceiros, mediante remuneração, utilizem da sua estrutura para atingir seus objetivos, a obscuridade dos termos e das políticas das plataformas também expõe os seus usuários a diversos riscos como a censura privada, logo, a busca de maior transparência exsurge como mecanismo para compreender melhor a dinâmica deste ambiente.

O Aumento da transparência na atuação dos provedores de aplicação, principalmente, em relação ao conteúdo patrocinado é uma unanimidade em todas as versões do projeto. A relação, entre a melhoria de transparência e o combate à desinformação, ocorre no sentido que isso pode facilitar a compreensão da ameaça e identificar os autores dos movimentos ou campanhas de desinformação, viabilizando a sua responsabilização. A transparência sobre os contratantes ou promotores da publicidade facilita a análise racional do usuário, no intuito de descobrir as reais intenções pretendidas com a publicidade.

Com os fins de acompanhar o processo de transparência das aplicações, o PL 2630/2020b previa a instituição do polêmico Conselho de Transparência e responsabilidade na Internet (no artigo 25), enquanto o PL2630/2020c destina atribuições sobre a realização de

estudos e a propositura de diretrizes de transparência ao Comitê Gestor da Internet no Brasil (CGIBR), segundo o artigo 51, inciso I;

f) transparência e colaboração com as pesquisas acadêmicas:

O compartilhamento de dados pelos provedores de aplicações com as instituições acadêmicas também é um consenso em todas as versões do projeto, no PL 2630/2020a (artigo 8º) e no PL 2630/2020b (artigo 13, §6º), em que pese o PL 2630/2020c ter aperfeiçoado o texto, conforme transcrito a seguir:

Art. 25. Os provedores deverão viabilizar **o acesso gratuito de instituição científica, tecnológica e de inovação** a dados desagregados, inclusive por meio de interface de programação de aplicações, para **finalidade de pesquisa acadêmica**, observados os segredos comercial e industrial, a anonimização e a proteção de dados pessoais conforme a Lei no 13.709, de 14 de agosto de 2018 e conforme regulamentação. Parágrafo único. O disposto no caput **abrange o acesso a informações sobre os algoritmos** usados na moderação de contas e de conteúdos, priorização, segmentação, recomendação e exibição de conteúdo, publicidade de plataforma e impulsionamento, e dados suficientes sobre como esses algoritmos afetam o conteúdo visualizado pelos usuários (grifo nosso).

O franqueamento dos dados, para fins de pesquisa acadêmica, também representa um mecanismo de transparência importante para compreender melhor os fatores algorítmicos que favorecem a desinformação *on-line*, na ocasião, foi ajustado o texto para contemplar as instituições científicas, tecnológicas e de inovação. Embora a redação faça ressalva ao segredo comercial e industrial das plataformas, caso esta condição se mantenha, o Brasil realiza um forte movimento contra o imperativo econômico e tecnológico das plataformas, de modo que é até difícil compreender como será concretizado o compartilhamento dos dados, nessas condições e para essas finalidades, sem afetar o segredo comercial e industrial.

De todo modo, os mecanismos de transparências elencados sinalizam como os parlamentares vêm compreendendo que o enfrentamento ao comportamento ilícito nas mídias sociais depende do conhecimento acerca do ambiente *on-line*, do domínio sobre a “floresta”, do reconhecimento do poder do “código” para (e sobre) a lei;

g) *standards* regulatórios:

Serão analisados os *standards* que mais se aplicam às mídias sociais e às ferramentas de busca. Considerando todas as modificações no PL 2630/2020, pode-se inferir que em todos os casos adota-se o modelo de autorregulação regulada, visto que há o reconhecimento do poder de autorregulação dos provedores, no entanto, sobre estas normas privadas impõem-se outras de caráter público.

Neste aspecto, o PL 2630/2020a direciona os *standards* ao enfrentamento franco contra a desinformação: permite a moderação de contas e de conteúdos, mesmo que não tenha indicado o conceito de moderação; valoriza a atividade de verificadores de fatos independentes (artigo 10, inciso I); a confecção de relatórios de transparência por parte dos provedores (artigo 7º); a rotulagem de conteúdo desinformativo (artigo 10, inciso III) e de publicidade (artigo 20); a utilização de mecanismos para a redução de alcance na transmissão de conteúdo desinformativo (artigo 10, inciso II); o controle sobre a disseminação artificial de conteúdo (artigo 10, inciso IV); é favorável a dispositivos para adição e correção de informações (artigo 10, inciso V); cria incentivo legal para a alfabetização midiática em todos os níveis de ensino (artigo 25) e, inclusive, para o serviço público, no âmbito da União, dos Estados, do Distrito federal e dos Municípios (artigo 27); por fim, pode-se destacar a possibilidade de sanções judiciais específicas para os provedores de aplicação, como a advertência, a multa, a suspensão temporária de atividades e a proibição do seu exercício no país (artigo 28).

O texto inicial do projeto tem caráter coercitivo sobre a atuação dos provedores de aplicações no ciberespaço e apresenta uma gama de instrumentos convencionais para o enfrentamento à desinformação.

Noutro giro, o PL 2630/2020b dispõe sobre normas para enfrentar atividades mais abrangentes que a desinformação: com especial atenção às contas inautênticas e automatizadas, que inclui o dever dos provedores em limitar o número de contas controladas pelo mesmo usuário (artigo 6º, §5º); manteve a concordância com a possibilidade de moderação de contas e de conteúdo por parte dos provedores, mas, estabelece normas que priorizem a transparência destas atividades e que garantam direitos aos usuários afetados (artigo 12); em contrapartida, a nova redação do artigo 21 fragilizou a concepção de alfabetização midiática (em todos os níveis de ensino) contra as atividades de desinformação, visto que retirou este item do texto e realçou o uso seguro, consciente e responsável da internet e a transparência sobre conteúdo patrocinado, apesar de tudo, houve um avanço na destinação de recursos financeiros para a alfabetização digital, porque poderão ser empregados valores advindos da aplicação de multas com base na lei, as quais são incorporados ao Fundo de Manutenção e Desenvolvimento da Educação Básica e de Valorização dos Profissionais da Educação (Fundeb); uma das medidas mais diretas no tratamento da desinformação *on-line* é a definição da atribuição do Conselho de Transparência e Responsabilidade na Internet para elaborar código de conduta que disponha sobre a desinformação (artigo 25, inciso II); quanto às sanções, a nova redação reduziu as possibilidades e optou por sanções mais leves, no caso, somente a advertência e a multa sobre o valor do faturamento do provedor (artigo 31).

O perfil do PL 2630/2020b é mais permissivo e liberal em relação à desinformação, visto que seu principal *standard* é entregar o enfrentamento do fenômeno ao poder autorregulatório das plataformas e empresas associadas, que será exercido na celebração do código de conduta.

Com a deliberação na Câmara dos Deputados, a redação aumentou substancialmente as possibilidades de *standards* regulatórios, apesar de que em alguns pontos, houve um distanciamento do confronto direto à desinformação, para enfrentar temas mais abrangentes.

O PL 2630/2020c manteve o reconhecimento do poder de autorregulação dos provedores para a moderação de contas e de conteúdos, inserindo mais recursos de transparência e de garantia de direitos aos usuários, evidenciou o poder de moderação, principalmente, para combater conteúdos ilícitos ou ilegais (especial atenção para os tipos de conteúdos elencados no artigo 11). No que tange às contas, coíbe o uso e criação de contas para enganar (artigo 7º, § 3º inciso V).

O projeto inovou no sentido de enfrentar os sistemas de recomendação de conteúdo e publicidade dos provedores, ao exigir deveres de transparência (capítulo IV, seção I) e ao determinar a adaptação da interface para prover mais informação ao usuário (artigo 8º, inciso VI). É notável que a proposta começa a fazer frente ao poder sistêmico das plataformas, do seu modelo de negócios e das criações algorítmicas que, em muitos casos, colaboram para a disseminação da desinformação no ciberespaço, assim como de outros perigos do ambiente *on-line*.

Nesse liame, caso as intervenções sejam frutíferas, seria possível criar vias alternativas que concedam maior autonomia para o usuário racional, para a seleção de conteúdos que deseja consumir, assim como se aprofundar sobre as informações acessadas.

O PL 2630/2020c também prevê a implantação de protocolo de segurança, conforme descrito no artigo 12:

Art. 12. Quando configurada a iminência de riscos descritos no art. 7º, ou a negligência ou insuficiência da ação do provedor, poderá ser instaurado, na forma da regulamentação e por decisão fundamentada, protocolo de segurança pelo prazo de até 30 (trinta) dias, sem prejuízo de outras medidas legais cabíveis, procedimento de natureza administrativa cujas etapas e objetivos deverão ser objeto de regulamentação.

Conforme foi mencionado, fundamentando-se no artigo 11, o artigo 7º, §2º, inciso I faz referência aos tipos de conteúdos ilícitos a serem combatidos no ambiente *on-line*, em seguida, o artigo 7º, § 2º inciso III, estabelece os riscos relativos à: “violência contra a mulher, ao

racismo, a proteção da saúde pública, a crianças e adolescentes, idosos, e aqueles com consequências negativas graves para o bem-estar físico e mental da pessoa”.

Desse modo, em nenhum dos casos há referência direta à desinformação, por isso, o combate à desinformação com base na instauração de protocolo de segurança, somente pode ocorrer quando a desinformação for um meio para atingir esses riscos ou configurar alguma conduta ilícita prevista no projeto.

À guisa de exemplificação, a desinformação pode ser um risco sistêmico quando for empregada nas aplicações dos provedores para violar a proteção à saúde pública, ou para a disseminação de conteúdo ilícito, mediante a prática de crimes de racismo (artigo 11, inciso V).

A instauração do protocolo de segurança é um *standard* que agrava a responsabilidade civil dos provedores, que após a sua notificação, podem até mesmo responder solidariamente por danos decorrentes de conteúdos gerados por terceiros através das suas aplicações (conforme o artigo 13), além disto, o protocolo pode impactar na limitação do discurso, com a exigência de indisponibilidade de conteúdos (artigo 15, §1º).

O projeto ainda impõe a execução de vários mecanismos de *compliance*, como o dever de o provedor realizar auditoria externa independente, nos moldes do artigo 24: “O provedor deve realizar e publicar anualmente auditoria externa e independente para avaliação do cumprimento do disposto nesta Lei, e na regulamentação, [...]”. O impacto da auditoria no cenário de desinformação, pode se dar no sentido de facilitar a compreensão sobre os efeitos da moderação de conteúdo sobre a disseminação de conteúdos ilegais (inciso IV, artigo 24) e a influência dos algoritmos sobre a visibilidade e veiculação de conteúdos jornalísticos (inciso VI, artigo 24). Vale lembrar de como as mídias sociais atingiram a imagem e a autonomia financeira da imprensa tradicional, o texto atual, manifestamente, busca soluções para mitigar esta questão.

Um dos problemas retratados sobre a desinformação, é como a estrutura algorítmica das mídias sociais pode ser aproveitada por anunciantes ou por pessoas más intencionadas que busquem insuflar artificialmente a relevância ou a veracidade de determinada informação, e que pode(ria) ser efetuada pela via tradicional de publicidade da plataforma e por meios automatizados como *bots* ou *trolls*³⁴⁰. O PL 2630/2020c enfrenta esse problema ao criar mais deveres sobre a publicidade digital, principalmente, na identificação dos usuários responsáveis ou anunciantes (artigo 26), assim como, oposições às contas automatizadas que distorçam a relevância de conteúdos (artigo 31, §6º).

³⁴⁰GRAGNANI, Juliana. Como identificar os diferentes tipos de fakes e robôs que atuam nas redes. **BBC News Brasil**, 2017. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-42172154>. Acesso em: 27 abr. 2023.

Regressando à discussão sobre as empresas jornalísticas, o PL2630/2020c compreende a valorização dos conteúdos jornalísticos como parâmetro regulatório, em razão disso, busca garantir a liberdade de imprensa nas mídias sociais através de diversas medidas, das quais destacam-se o dever de remuneração em favor das suas publicações e de garantias contra a restrição de seus conteúdos, conforme depreende-se do artigo 32:

Art. 32. **Os conteúdos jornalísticos** utilizados pelos provedores produzidos em quaisquer formatos, que inclua texto, vídeo, áudio ou imagem, **ensejarão remuneração as empresas jornalísticas, na forma de regulamentação**, que disporá sobre os critérios, forma para aferição dos valores, negociação, resolução de conflitos, transparência e a valorização do jornalismo profissional nacional, regional, local e independente. [...] § 6º **O provedor não poderá promover a remoção de conteúdos jornalísticos** disponibilizados com intuito de se eximir da obrigação de que trata este artigo, ressalvados os casos previstos nesta Lei, ou mediante ordem judicial específica (grifo nosso).

Contrariando o PL 2630/2020b, o PL 2630/2020c reintegra o reconhecimento da alfabetização midiática como *standard* regulatório contra a desinformação, contudo, prefere o termo “educação midiática”. A redação do artigo 38, *caput* e inciso I, é bastante transparente quanto a isso:

Art. 38. O cumprimento do dever constitucional do Estado na prestação da educação, em todos os níveis de ensino, inclui: I - a capacitação, integrada a outras práticas educacionais, para o uso seguro, consciente e responsável das aplicações de internet de que trata esta Lei, incluindo campanhas para evitar a desinformação;

Logo após, o §1, do artigo 38 distribui a responsabilidade da medida entre os entes federativos:

Artigo 38. [...] § 1º A União, os Estados e os Municípios devem envidar esforços, inclusive orçamentários, para ampliar e qualificar a participação das crianças, adolescentes e jovens nas práticas escolares que promovam a educação midiática conforme as diretrizes dispostas na Base Nacional Comum prevista no art. 26 da Lei nº 9.394, de 20 de dezembro de 1996, com a finalidade de desenvolver nos alunos conjunto de habilidades para acessar, analisar, criar e participar de maneira crítica do ambiente informacional e midiático em todos os seus formatos e desenvolver seus potenciais de comunicação nos diversos meios, a partir das habilidades de interpretação consciente das informações, produção ativa de conteúdos e participação responsável na sociedade.

Não obstante o Distrito Federal acumular as competências dos Estados e dos Municípios, conforme a definição do artigo 10, parágrafo único, da Lei nº 9.394³⁴¹, de 20 de dezembro de 1996 — que estabelece as diretrizes e bases da educação nacional—, é notável a inusitada ausência do Distrito Federal na redação supramencionada, por outro ângulo, a descrição legal dos conjuntos de habilidades a serem desenvolvidas pela educação midiática é elogiável e encontra-se em consonância com propostas exitosas, como a da Finlândia, no enfrentamento à desinformação através da educação.

O PL 2630/2020c ainda cria medidas de reforço das decisões judiciais sobre condutas operadas nas aplicações dos provedores, no artigo 44, regula diretamente a remoção de conteúdo ilícito, com a fixação de prazo para o cumprimento da decisão judicial, sob pena de multa:

Art. 44. As decisões judiciais que determinarem a remoção imediata de conteúdo ilícito relacionado à prática de crimes a que se refere esta Lei, deverão ser cumpridas pelos provedores no prazo de até vinte e quatro horas, sob pena de multa de R\$ 50.000,00 (cinquenta mil reais) até R\$ 1.000.000,00 (um milhão reais), por hora de descumprimento, a contar do término da vigésima quarta após o recebimento da notificação.

Logo, a norma legitima a hipótese de limitação do discurso pela via judicial, diante de conteúdos ilícitos.

Neste aspecto, o projeto também propõe a alteração do artigo 319 do Código de Processo Penal — Decreto-Lei nº 3.689, de 3 de outubro de 1941 — para incluir uma nova medida cautelar diversa da prisão:

Art. 58. O art. 319 do Código de Processo Penal - Decreto-Lei nº 3.689, de 3 de outubro de 1941 passa a vigorar com a seguinte redação: “Art. 319. São medidas cautelares diversas da prisão: X – **retirada ou bloqueio de conteúdo, suspensão de perfil ou conta ou proibição de acesso à internet** (grifo nosso).

A imposição deste tipo de medida cautelar, que consiste na suspensão, exclusão ou indisponibilidade de contas e de conteúdo, já vinha sendo efetuada em diversas decisões judiciais, com fulcro em um poder geral de cautela, ou de cautelar atípica, reconhecido pela jurisprudência do STF e Superior Tribunal de Justiça (STJ), em que pese ser criticável por parte

³⁴¹BRASIL. **Lei nº 9.394, de 20 de dezembro de 1996**. Estabelece as diretrizes e bases da educação nacional, Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/19394.htm. Acesso em: 30 nov. 2023.

da doutrina, visto que era realizada sem expressa previsão legal³⁴², agora, o dispositivo pode legalizar a medida.

A imposição desta medida cautelar indica a adoção da limitação do discurso como parâmetro de controle da desinformação nas mídias sociais que, neste caso, ficará a critério do juízo competente.

O PL 2630/2020c manteve e ampliou as hipóteses de sanções administrativas (artigo 47), aplicáveis aos provedores que cometerem infrações previstas na lei, as punições vão desde a advertência, a multa e até a suspensão temporária de atividades.

A redação atual do projeto inovou ao criar um crime específico para coibir as campanhas de desinformação nas aplicações da internet, consoante a formulação do artigo 50:

Art. 50. Promover ou financiar, pessoalmente ou por meio de terceiros, mediante uso de conta automatizada e outros meios ou expedientes não fornecidos diretamente pelo provedor de aplicações de internet, divulgação em massa de mensagens que contenha fato que sabe inverídico, que seja capaz de comprometer a hignidez do processo eleitoral ou que possa causar dano à integridade física e seja passível de sanção criminal. Pena: reclusão, de 1(um) a 3 (três) anos e multa.

Em função do exposto, é plausível interpretar que o sujeito ativo do crime pode ser qualquer pessoa, visto que a lei não exige condição específica, no que tange à conduta, o crime é de ação múltipla, pois possui duas ações nucleares: promover ou financiar.

A conduta de “promover” representa o sentido genérico de dar causa à divulgação em massa de mensagens, enquanto o verbo “financiar” pode significar o provimento dos recursos para a disseminação. Diante disso, (*a priori*) a criação, a transformação, a edição e, logicamente, a divulgação de conteúdos sabidamente inverídicos pode configurar o crime.

Caracteriza-se o crime por meio de condutas realizadas pessoalmente ou por terceiros, quanto à instrumentalização da conduta, o dispositivo exige que a promoção e financiamento da mensagem ocorra mediante o uso de conta automatizada, e de algum recurso que não seja próprio da plataforma, neste quesito, sem ingressar no mérito da efetividade da criminalização de condutas para combater à desinformação, percebe-se fragilidades: se o escopo da lei é coibir o uso de recursos automatizados para disseminar a desinformação, ao restringir “aos meios e expedientes não fornecidos diretamente pelo provedor”, o projeto, *a contrario sensu*, não abrangeria a disseminação em massa cujos recursos sejam fornecidos pelo provedor, sendo

³⁴²NUNES JUNIOR, Flávio Martins Alves. **Curso de Direito Constitucional**. 7. ed. São Paulo, SaraivaJur, 2023.*E-book*.

assim, caso o provedor da aplicação forneça algum recurso “*premium*” para aumentar o alcance da mensagem ou da publicidade, isso não justificaria o reconhecimento da prática deste crime; além disso, ao vincular as condutas ao comportamento automatizado (geralmente por *bots*, robôs ou *trolls*)³⁴³, a definição do crime não alcança a disseminação em massa de desinformação operada mediante comportamento ou engajamento autêntico/manual (usualmente operado por ativistas).

Portanto, considerando o conceito legal de conta automatizada, expressa no artigo 5º, inciso II, a criminalização só afeta as condutas que utilizem de recursos tecnológicos operáveis nas aplicações que, de alguma forma, simule, substitua ou facilite as atividades humanas na desinformação, é como se coibisse a utilização de atalhos para as vias de desinformação, sem impedir o seu transcurso por caminhos normais.

Seguidamente, exige-se a divulgação em massa de mensagens, cujo fato seja inverídico e que o agente tenha ciência disto, o enunciado assemelha-se ao crime eleitoral previsto no artigo 323 do Código Eleitoral, por isso, é notória a tutela não só da veracidade dos fatos no discurso público, mas sobretudo, do repúdio à má intenção do autor em enganar³⁴⁴. A semântica do “fato inverídico” equipara-se à definição de informações ou notícias fraudulentas sem base factual, logo, o seu significado traduz a ideia de ausência de correspondência da mensagem com a realidade dos fatos³⁴⁵, além disso, por se tratar da divulgação de fatos, o crime não englobaria a disseminação de opiniões, interpretações ou juízos de valor³⁴⁶, por mais controversos que sejam.

Neste contexto, os parlamentares elegem dois bens jurídicos a tutelar, a higidez do processo eleitoral e a integridade física das pessoas cuja ofensa configure crime. A norma não exige a concretização da ofensa para conformar o crime, apenas que a desinformação disseminada tenha a capacidade, o potencial de causar dano, à higidez do processo eleitoral ou à integridade física.

Quanto à higidez do processo eleitoral, compreende-se que a lei objetiva valorizar a existência de padrões éticos no processo eleitoral³⁴⁷, e evidencia a tutela mais abrangente do que a prevista no artigo 323, do Código Eleitoral, a qual é voltada para a salvaguarda dos

³⁴³GRAGNANI, Juliana. Como identificar os diferentes tipos de fakes e robôs que atuam nas redes. **BBC News Brasil**, 2017. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-42172154>. Acesso em: 27 abr. 2023.

³⁴⁴ZÍLIO, Rodrigo Lopez. **Direito Eleitoral**. 9. Ed. São Paulo: Juspodvm, 2023.

³⁴⁵*Ibid.*

³⁴⁶*Ibid.*

³⁴⁷*Ibid.*

candidatos e partidos políticos, isso pode justificar porque o preceito secundário desta lei impõe pena mais gravosa do que a fixada no crime eleitoral supracitado.

Ao dispor sobre a proteção da integridade física, interpretando-se restritivamente, a lei não protege a desinformação em massa que afete a integridade psicológica e/ou moral da vítima, mesmo na hipótese de crime.

Diante disso, pode-se inferir que a tutela penal do projeto busca reprimir as campanhas de desinformação em massa praticadas pelas vias estruturais das diversas aplicações no ciberespaço, através de recursos automatizados ou clandestinos que tenham o condão de sobrescrever o engajamento autêntico, facilitando a sua divulgação. A criminalização combate a fraude informacional por difusão e as informações ou mensagens fraudulentas sem base factual, enquanto que as notícias distorcidas, as informações maliciosas, o engajamento autêntico, as opiniões, pareceres e juízos interpretativos não devem ser afetados pela norma expressa no artigo 50. A norma restringiu-se a combater a desinformação no contexto eleitoral e as ofensas mais significativas à integridade física;

h) Regime de responsabilidade civil dos provedores:

O intuito deste eixo é analisar as propostas de mudanças no regime de responsabilidade civil dos provedores de aplicação na internet, que podem impactar no combate à desinformação. Em consonância com a ementa do projeto, um dos seus objetivos é instituir a responsabilidade na internet.

Neste aspecto, o PL2630/2020a propôs um conjunto de medidas a serem adotadas pelos provedores, especialmente no capítulo II, que aumentam a sua responsabilidade no combate à desinformação nas suas aplicações, contudo, não alterou significativamente o regime de responsabilidade civil.

O PL 2630/2020b segue a mesma linha, só que voltada para a inibição do conteúdo inautêntico e para o repúdio aos recursos automatizados.

Somente após a deliberação da questão na Câmara dos Deputados, é que houve alterações substanciais no regime de responsabilidade civil dos provedores, particularmente, com propostas de alterações no MCI, destarte, o artigo 6º passaria a dispor que:

Art. 6º Os provedores podem **ser responsabilizados civilmente, de forma solidária**: I – pela reparação dos danos causados por conteúdos gerados por terceiros cuja distribuição tenha sido realizada por meio de publicidade de plataforma; e II – por danos decorrentes de conteúdos gerados por terceiros quando houver descumprimento das obrigações de dever de cuidado, na duração do protocolo de segurança de que trata a Seção IV.

Seguindo a sistemática da responsabilidade civil no Brasil, a norma é explícita quanto à eventualidade dos provedores repararem os danos causados por conteúdos veiculados nas suas plataformas, neste liame, é possível que o dano seja oriundo de mensagem com conteúdo desinformativo, igualmente, os danos podem ser desencadeados pela falta de procedimentos adequados na gestão dos riscos sistêmicos, após a instauração do protocolo de segurança, neste caso, a desinformação pode ser um elemento incidental, gerado pela veiculação de conteúdos ilícitos.

O texto eleva o regime de responsabilidade civil, em comparação ao tão criticado artigo 19 do MCI, que preserva os provedores de aplicação e criou uma espécie de responsabilidade condicionada, a qual só surge diante do não cumprimento de ordem judicial específica.

O PL 2630/2020c propõe o regime de responsabilidade civil solidária, conforme a descrição do artigo 6º, o artigo excepciona a responsabilidade civil do artigo 19 do MCI e, nessas hipóteses, dispensa a necessidade de ordem judicial específica como condição para a responsabilidade, entretanto, mantém vigente a regra do *caput*, do artigo 19 do MCI, acrescentando o §5º, conforme o texto do artigo 55:

Art. 55. O art. 19 da Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014, passa a vigorar acrescido do seguinte parágrafo: [...] § 5º As responsabilizações civis previstas no art. 6º da Lei Brasileira de Liberdade, Responsabilidade e Transparência na Internet configuram exceções ao disposto no *caput* deste artigo.

O projeto também altera (consoante o artigo 56) o artigo 21 do MCI, e acrescenta mais uma hipótese de responsabilidade subsidiária do provedor, quando após a sua notificação, não tornar indisponível conteúdo que “contenha imagens ou representações de violência ou cenas de exploração ou abuso sexual envolvendo criança ou adolescente, nos termos da Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990”.

Desse modo, o regime de responsabilidade civil dos provedores passaria a ser tripartido: para os casos de infringência e de não observância de ordem judicial específica que determine a indisponibilidade do conteúdo, com base no *caput*, do artigo 19 do MCI; responsabilidade solidária por danos advindos de publicidade da plataforma e falha no dever de cuidado da gestão de riscos do protocolo de segurança, §5º do artigo 19 do MCI; e a responsabilidade subsidiária, conforme a regra do artigo 21 do MCI.

Haja vista que a pretensão do dever de indenizar exsurge com a ocorrência do dano, é razoável prever que possam ocorrer danos decorrentes de atividades ou campanhas de desinformação, mormente, quando a disseminação visa atacar alguém, um produto, uma

empresa ou interesses difusos. Em função disso, o regime de responsabilidade civil a ser imposto aumenta os deveres de cuidado das plataformas e pode facilitar a reparação das vítimas;

i) desinformação e o serviço público:

O projeto prescreve várias normas sobre a rubrica de “atuação do poder público”. No PL 2630/2020a há regras mais abertas contra a desinformação: que inclui deveres para as aplicações de internet de pessoas jurídicas do poder público na criação de mecanismos para reportar a desinformação (artigo 24, inciso I); a promoção de estudos e diagnósticos sobre a desinformação na internet (artigo 26); a obrigação para “a União, os Estados, o Distrito Federal e os Municípios [que] devem promover campanhas para servidores públicos sobre a importância do combate à desinformação e transparência de conteúdos patrocinados na internet” (artigo 27); e preconiza a alteração na lei de improbidade administrativa, conforme o artigo 30:

Art. 30. A Lei nº 8.429, de 2 de junho de 1992, passa a vigorar com a seguinte alteração: artigo 11[...] XI – disseminar ou concorrer para a disseminação de desinformação, por meio de contas inautênticas, disseminadores artificiais ou redes de disseminação artificial de desinformação.

Desse modo, a lei aumentaria o rol de atos de improbidade administrativa que atentam contra os princípios da Administração Pública.

O PL 2630/2020b altera o foco na desinformação, e centraliza-se a regulação do acesso, às informações das postagens de contas em redes sociais consideradas públicas, ao estabelecer que o regime jurídico administrativo deve ser aplicável às contas em redes sociais utilizadas por entidades e órgãos da Administração Pública, direta ou indireta, e dos agentes públicos cuja competência emane da Constituição, o §1º, do artigo 18 estabelece que “as contas de que trata o caput não poderão restringir o acesso de outras contas às suas publicações”.

A norma visa evitar que se crie embaraços para usuários específicos em ter acesso às mensagens, conforme já ocorreu com o Ex-presidente dos EUA, Donald Trump, que desejava bloquear os usuários críticos ao seu governo, do acesso a sua conta do *Twitter*³⁴⁸.

O PL 2630/2020b também cria mecanismos para evitar a perseguição de servidor público por postagens realizadas em âmbito privado, fora do exercício de suas funções e cujo conteúdo seja lícito. Excluiu a proposta de alteração na Lei de acesso à informação e da Lei de improbidade Administrativa, posteriormente, no artigo 22, dispõe que:

³⁴⁸MELO, João Osório de. Trump pede à Suprema Corte para deixa-lo bloquear críticos no Twitter. **Consultor Jurídico**. 2020. Disponível em: <https://www.conjur.com.br/2020-ago-22/trump-suprema-corte-deixa-lo-bloquear-criticos-twitter/>. Acesso em: 20 nov. 2023.

Art. 22. O Poder Público, em especial o Ministério Público e o Poder Judiciário, deve desenvolver ações direcionadas para responder aos danos coletivos resultantes de condutas de que trata esta Lei, incluindo a criação de áreas especializadas e a capacitação do corpo funcional.

Como o PL 2630/2020b não afronta (diretamente) a desinformação, a prescrição do artigo refere-se a problemas genéricos de inautenticidade e de comportamento automatizado previstos anteriormente.

Na redação atual do PL 2630/2020c, se manteve o reconhecimento do interesse público sobre as contas institucionais mantidas em redes sociais, com a melhoria técnica da redação que abrange as “as contas mantidas em redes sociais indicadas como institucionais pelos integrantes da Administração Pública Federal, Estadual e Municipal, direta ou indireta, e [...] agentes políticos” (artigo 33, *caput*), no §1º, determina que “os titulares das contas de que trata o *caput* não poderão restringir a visualização de suas publicações”, sendo assim, a norma persiste na ideia de vedar o bloqueio de usuários ao acesso às informações públicas comunicadas pelas contas.

O §6º, do artigo 33, trata sobre a imunidade material dos parlamentares, ao prescrever que “a imunidade parlamentar material, na forma do art. 53 da Constituição Federal, estende-se aos conteúdos publicados por agentes políticos em plataformas mantidas pelos provedores de redes sociais e mensageria privada”. Complementarmente, no §2º do mesmo artigo cria restrições às intervenções pelos provedores:

§ 2º As decisões de provedores que constituam intervenção ativa ilícita ou abusiva em contas de interesse público autorizam o ajuizamento de ação judicial para a sua restauração, devendo o Poder Judiciário obrigar os provedores as restabelecerem, no prazo de 24 (vinte e quatro) horas, nos casos em que fique comprovada a sua operação em conformidade com direitos fundamentais e com os princípios da legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência.

Com isso, a norma evidencia a posição de superioridade hierárquica dos parlamentares quanto ao exercício da liberdade de expressão, e garante a sua imunidade diante da disseminação de desinformação nas suas contas —logicamente, caso queiram realizar tais condutas —, como os provedores também são vedados de intervir nas contas, além da isenção de responsabilidade, a garantia se estende a não-limitação do discurso, à blindagem contra moderação de conteúdo.

Neste ponto, a ressalva legal chama atenção pela chance de permitir abusos, o que pode ser preocupante conforme o parecer de Frances Haugen³⁴⁹ — engenheira e especialista em gerenciamento algoritmo de produtos—, durante audiência pública na Câmara dos Deputados, que versava sobre o PL 2630/2020.

O texto atual continua coibindo a perseguição de servidor público, por postagens lícitas na internet, realizadas em âmbito privado e sem vínculo com sua função (artigo 37), ademais, cria regras de *compliance* sobre transparência e publicidade da Administração Pública.

Até o momento da análise efetuada por esta pesquisa, o PL 2630/2020 ainda não teve a sua discussão concluída, sem embargo, entre avanços e retrocessos, o seu trâmite legislativo permite obter um recorte visual, sobre os parâmetros regulatórios visados para combater a cultura da desinformação nas mídias sociais, no Brasil.

Portanto, os elementos discutidos, para a construção da agenda brasileira contra a desinformação, serão sintetizados pela exposição da visão geral da proposta.

3.1.2 Visão Geral do PL 2630/2020a

O texto inicial do projeto apresenta propostas mais claras e diretas contra a desinformação nas aplicações de internet, apesar de que a instrumentalização das medidas, ainda é feita de forma limitada. Dentre as versões do projeto, é a que mais merece a intitulação de “PL das *Fake News*”.

O projeto tem como ponto de partida a ideia de que a desinformação, no ambiente *on-line*, é uma ameaça para a sociedade, e elenca algumas possibilidades para combatê-la.

Possui uma visão mais intervencionista, cria regras de interesse público, principalmente para os provedores de aplicações, sua postura se amolda ao modelo de autorregulação regulada, embora aparente não ter um domínio técnico-preciso dos recursos escolhidos.

O projeto tenta conciliar a liberdade de expressão com a definição de *standards* regulatórios contra a desinformação, e impõe soluções para proteger ou evitar a censura privada dos usuários, por interferência dos provedores.

Cria regras de *compliance* para os provedores, contudo, sem atacar diretamente o seu modelo de negócios. Não constrói agenda especializada para o acompanhamento do fenômeno, pois somente consolida perspectivas genéricas.

³⁴⁹DAROS, Gabriel. Frances Haugen, do Facebook Papers: 'Meta não protege eleições no Brasil'. **Tilt Uol**. São Paulo: 2020. Disponível em: <https://www.uol.com.br/tilt/noticias/redacao/2022/07/06/frances-haugen-do-facebook-papers-meta-nao-protege-eleicoes-no-brasil.htm>. Acesso em: 01 dez. 2023.

3.1.3 Visão geral do PL 2630/2020b

O PL 2630/2020b contorna a questão da desinformação e não possui o objetivo imediato de combatê-la, as intervenções são direcionadas para a criação de regras sobre a publicidade *on-line* e para a inibição do comportamento inautêntico.

O projeto reconhece, timidamente, que a cultura da desinformação é um perigo para a sociedade, em paralelo, admite a carência de conhecimento adequado sobre o fenômeno, e posterga a adoção de medidas ao propor instituir o Conselho de Transparência e Responsabilidade na Internet, o qual deveria elaborar código de conduta que trate sobre a desinformação. Logo, quanto à desinformação, sua proposta mais concreta consiste em estudar e debater o fenômeno mais a fundo.

Não obstante a criação de regras, o PL 2630/2020b demonstra uma visão mais liberal e mais alinhada à preeminência do poder autorregulatório do mercado, além disso, tem receio de criar normas contrárias à liberdade de expressão, até mesmo reconhece a posição preferencial da liberdade de expressão em detrimento do combate à desinformação.

Igualmente ao texto inicial, impõe abordagens de *compliance* para evitar a censura privada por iniciativa dos provedores de aplicações, apesar disso, também não enfrenta a infraestrutura dos modelos de negócios das plataformas.

Haja vista que adota a posição de refletir sobre o fenômeno da desinformação, constrói programas de acompanhamento, com visão prospectiva, para acompanhar a questão da desinformação, especialmente centralizada nas atribuições do Conselho de Transparência e Responsabilidade na Internet.

3.1.4 Visão geral do PL 2630/2020c

O PL 2630/2020c amplificou os seus objetivos para combater diversos comportamentos ilícitos que vão além da desinformação, mas, que podem se relacionar com ela direta ou indiretamente.

Malgrado os parlamentares tenham se esquivado em definir o que é a desinformação para os fins de aplicação da lei, — até porque a esta altura a imagem do projeto já foi bastante afetada pelo fantasma da censura—, existe a compreensão de que a desinformação é uma ameaça, que é enfrentada com medidas menos intrusivas na limitação do discurso. O combate mais intenso ocorre em relação à promoção ou financiamento da divulgação em massa de desinformação, com a estipulação de um novo crime.

A regulação deliberada na Câmara dos Deputados apresenta maior rigor técnico e atenção ao poder regulatório dos “Códigos” nas aplicações, é verossímil que seja resultado das discussões promovidas nas audiências públicas.

O projeto, novamente, se enquadra ou adota o modelo de autorregulação regulada, ao criar muitas exigências de *compliance* aos provedores e, particularmente, interferir no modelo de negócios das plataformas: por exigir mudanças no sistema de direcionamento, exibição ou recomendação de conteúdos; por dar o passo inicial para desvendar as consequências danosas das criações algorítmicas; por exigir a distribuição de receitas das plataformas para remuneração das empresas jornalísticas; e proibir a extração de dados de crianças e de adolescentes com o fim de criar perfis comportamentais.

Em função da abrangência das normas, o PL 2630/2020c é o que mais está em harmonia com a sua ementa que “Institui a Lei Brasileira de Liberdade, Responsabilidade e Transparência na Internet”. Pretende harmonizar o exercício da liberdade de expressão, nas aplicações da internet, com o enfrentamento às condutas ilícitas.

A redação vigente sofreu forte influência da discussão e da regulamentação proposta no âmbito da UE e, notadamente da DSA, tendo em vista o próprio voto³⁵⁰ do Relator Deputado Orlando Silva, e os institutos e recursos propostos no projeto.

A despeito disso, ao analisar o PL 2630/2020c³⁵¹ é possível identificar vários itens normativos que se identificam com a regulação da DSA³⁵², conforme exemplificado a seguir:

I) A exigência de quantidade mínima de usuários para a aplicação da norma aos provedores: número superior a 10 milhões de usuários mensais no país (artigo 2º, PL 2630/2020c); e número igual ou superior a 45 milhões de usuários ativos do serviço na União (artigo 33.1, DSA);

II) A extensão da aplicação às ferramentas de busca (inciso II, artigo 2º, PL 2630/2020c) ou motores de pesquisa (artigo 33.1, DSA);

III) A previsão de protocolo de segurança (artigo 12, PL 2630/2020c) ou protocolo de crise (artigo 48, DSA);

³⁵⁰BRASIL. Câmara dos Deputados. **Projeto de Lei nº 2.630, de 2020**. Institui a Lei Brasileira de Liberdade, Responsabilidade e Transparência na Internet. Brasília: Câmara dos Deputados, 2023. Disponível em: https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/prop_mostrarintegra?codteor=2265334&filename=PRLP+1+%3D%3E+PL+2630/2020. Acesso em: 01 nov. 2023.

³⁵¹*Ibid.*

³⁵²PARLAMENTO EUROPEU. **Regulamento (UE) 2022/2065 Do Parlamento Europeu e do Conselho de 19 de outubro de 2022**. Relativo a um mercado único para os serviços digitais e que altera a Diretiva 2000/31/CE (Regulamento dos Serviços Digitais). Disponível em: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A32022R2065&qid=1699501549712>. Acesso em: 17 out. 2023.

IV) A avaliação de riscos sistêmicos (artigo 7º, PL 2630/2020c) e *sistêmicos* (artigo 34, DSA);

V) A atenção aos sistemas algorítmicos e de recomendação (artigo 7º, §3º, inciso I, PL 2630/2020c) e artigo 34.2, “a”, da DSA;

VI) A obrigação dos provedores em conceder acesso aos dados para viabilizar a compreensão de riscos sistêmicos (artigo 9º, PL 2630/2020c) e artigo 40.1, da DSA;

VII) O combate à disseminação de conteúdos ilegais: neste item o PL 2630/2020c não conceituou o que é considerado conteúdo ilegal, apenas criou um rol (no artigo 11) de tipos de comportamentos ilegais a serem prevenidos e mitigados nas aplicações, diferentemente, a DSA definiu o que é considerado conteúdo ilegal, no artigo 3, “h”:

Artigo 3º. Definições. Para efeitos do presente regulamento, entende-se por: [...] h) «Conteúdos ilegais», quaisquer informações que, por si só ou em relação a uma atividade, incluindo a venda de produtos ou a prestação de serviços, não estejam em conformidade com o direito da União ou com o direito de qualquer um dos Estados-Membros que seja conforme com o direito da União, independentemente do objeto ou da natureza precisa desse direito;

Logo, a DSA tem efeitos mais abrangentes, pois considera ilegal todo o conteúdo que esteja em desacordo com o ordenamento jurídico. A DSA apresenta a redação mais dinâmica, em consonância com as transformações sociais, e perene, porque alcança eventuais ilicitudes que possam surgir posteriormente. Enquanto a norma do PL 2630/2020c é mais engessada, levando em consideração que precisaria ser alterada para alcançar outros comportamentos ilegais que, eventualmente, passem a ameaçar a sociedade e se decida inibir. Também existe certa equivalência entre as regulações na exigência de *compliance* e de moderação de conteúdo.

Mediante o exposto, pode-se considerar que a redação vigente do projeto representa uma postura inicial importante do Brasil, frente ao imperativo econômico das *Big Techs*, e no cenário de combate à cultura da desinformação e outros comportamentos ilícitos no ciberespaço.

Por enfrentar o modelo de negócios das plataformas e impor diversas medidas dispendiosas às empresas, o projeto não ficou livre de críticas.

Em conjunto, as plataformas construíram e publicaram as suas respostas ao projeto, as quais foram reforçadas pelas manifestações sociais que alegavam a imposição de censura estatal.

3.1.5 A reação das plataformas digitais

Diante do avanço da tramitação do PL 2630/2020, as plataformas emitiram suas respostas em forma de nota ao público. Considerando as plataformas selecionadas como amostra nesta pesquisa, serão analisadas as respostas que as contemplam.

A primeira delas, é uma carta conjunta subscrita pelo *Facebook/Instagram*, *Google*, Mercado Livre e *Twitter/X*, publicada em 24 de fevereiro de 2022³⁵³. Posteriormente, o *Google* se manifesta de forma individual, por nota³⁵⁴ publicada em 11 de março de 2022, pelo Presidente das operações no Brasil, Fabio Coelho. Recentemente, em 27 de abril de 2023, o *Google* volta a se manifestar através do seu Diretor de relações governamentais e políticas públicas, Marcelo Lacerda, por nota publicada³⁵⁵.

Levando em consideração a data em que foram publicadas, é plausível compreender que as duas primeiras respostas tinham por base o texto do PL 2630/2020b, já encaminhado para a deliberação na Câmara de Deputados. É possível que a última manifestação do *Google* também tenha se dado neste sentido, contudo, já devia estar ciente das discussões ocorridas nas audiências públicas, visto que a publicação da nota culmina com a data da apresentação do último texto do PL 2630/2020c, pelo Relator e Deputado Federal Orlando Silva.

Um dos principais problemas das respostas emitidas, é que elas fazem constatações genéricas, sem indicar o artigo, o trecho ou item normativo que fundamenta as suas interpretações, logo, o caminho lógico percorrido para chegar à conclusão não fica tão claro.

A carta conjunta³⁵⁶ apresentada pelas plataformas registra ser favorável ao combate à desinformação, paralelamente, alega que o texto do projeto, apesar de ficar conhecido como o “PL das Fake News”, quase não trata sobre a desinformação. Neste tópico, realmente, o PL 2630/2020b é o texto que menos enfrenta a desinformação de forma direta, conforme exposto anteriormente.

Posteriormente, alegam que o projeto desestimula as plataformas a atuarem para assegurar um ambiente saudável e que precisam de flexibilidade para a moderação de conteúdos

³⁵³TWITTER. **PL 2630/2020 deixou de ser sobre combater as fake news**. 2022. Disponível em: https://blog.twitter.com/pt_br/topics/company/2022/pl-2630-2020-deixou-de-ser-sobre-combater-as-fake-news. Acesso em: 22 nov. 2023.

³⁵⁴GOOGLE BRASIL. **O PL 2630 pode impactar a internet que você conhece**. 2022. Disponível em: <https://blog.google/intl/pt-br/novidades/iniciativas/PL2630/>. Acesso em: 22 nov. 2023.

³⁵⁵GOOGLE BRASIL. **Como o PL 2630 pode piorar a sua internet**. 2023. Disponível em: <https://blog.google/intl/pt-br/novidades/iniciativas/como-o-pl-2630-pode-piorar-a-sua-internet/>. Acesso em 22 nov. 2023.

³⁵⁶TWITTER. **PL 2630/2020 deixou de ser sobre combater as fake news**. 2022. Disponível em: https://blog.twitter.com/pt_br/topics/company/2022/pl-2630-2020-deixou-de-ser-sobre-combater-as-fake-news. Acesso em: 22 nov. 2023.

(especialmente a remoção), e que as inserções do projeto podem favorecer a ocorrência de processos judiciais em desfavor das plataformas³⁵⁷.

As disposições do PL 2630/2020b (principalmente, no artigo 12), sobre a moderação de conteúdo, exigem que os provedores passem a adotar medidas de devido processo, como a notificação do usuário e o direito ao recurso quando ocorrer a indisponibilização de conteúdos ou de contas. O Projeto também prevê o dever dos provedores em reparar o dano, caso ocorra a caracterização equivocada de conteúdo violador, neste ponto, as plataformas assinalam que a exigência gera um receio em moderar o conteúdo porque os equívocos podem importar em responsabilização, logo, a consequência seria a diminuição da moderação e que poderia piorar o ambiente *on-line*.

É preciso encontrar uma via entre os extremos, a submissão excessiva das plataformas à responsabilidade sobre o conteúdo gerado por terceiros pode induzi-las a remover ou adotar outras medidas restritivas demais para controlar o conteúdo, assim como a sujeição de responsabilidade desproporcional perante os usuários, em decorrência do erro na moderação, também pode gerar este receio. Por outro lado, a ausência de cobranças sobre as práticas ilícitas circulantes nas plataformas, por si, não gera incentivos para a moderação de conteúdo e para a priorização da segurança do ambiente.

Ocorre que o modelo atual de regulação e de moderação de conteúdo não tem sido efetivo no combate à desinformação *on-line*. A alteração proposta pelo PL 2630/2020b também afeta o modelo de negócio das plataformas digitais que, geralmente, como a maioria das empresas de tecnologia, tendem a automatizar seus processos e reduzir as despesas com recursos humanos, neste sentido, a acurácia do processo de moderação pode depender de investimentos ou destinação de recursos para o aperfeiçoamento da equipe de moderação, o que é capaz de não estar, exatamente, no planejamento das plataformas.

Podemos vislumbrar outros pontos que interferem na questão: não obstante a responsabilidade condicionada dos provedores de aplicação, conforme estabelecido no MCI, a ocorrência de danos (com as devidas ressalvas) é um dos elementos que, por regra, caracterizam a responsabilidade civil; esse discurso de imunidade das plataformas, nas relações com os seus usuários e, especialmente, em face de conteúdos gerados por terceiros, começa a ser esvaziado conforme avança a regulação das aplicações no ciberespaço no mundo, a despeito disso, o PL 2630/2020c agrava essa responsabilidade.

³⁵⁷TWITTER. **PL 2630/2020 deixou de ser sobre combater as fake news**. 2022. Disponível em: https://blog.twitter.com/pt_br/topics/company/2022/pl-2630-2020-deixou-de-ser-sobre-combater-as-fake-news. Acesso em: 22 nov. 2023.

A carta conjunta também fez oposição aos critérios para a remuneração dos veículos de imprensa, esses critérios foram ajustados (posteriormente) no texto do PL 2630/2020c. No segundo capítulo, foi tratada a questão de que a ascensão das mídias sociais drenou as receitas de publicidade do jornalismo profissional, o PL 2630/2020c tenta reequilibrar este problema, todavia, a inclusão desse fator no projeto gerou efeito *backfire*, visto que a inserção tem sido vista como *lobby* entre o governo e as grandes empresas jornalísticas (contornando o embate direto à desinformação), este item também foi alegado na carta.

A intervenção do Estado nas relações comerciais entre as grandes empresas de tecnologia e a imprensa já vem ocorrendo em outros países, na Austrália e no Canadá discute-se os reflexos da aprovação de leis que visam obrigar o *Google* e a *Meta* a remunerarem as organizações editoras de notícias, sendo que a maior dificuldade tem sido em definir o *quantum*, em mensurar o valor devido³⁵⁸.

Apesar das mídias sociais e dos mecanismos de busca facilitarem o acesso às páginas ou *links* dos veículos de imprensa, em contrapartida, é certo que conteúdo jornalístico ou de notícias gera algum valor para as plataformas³⁵⁹ (em receitas e em atratividade para os usuários). Neste ponto, é perceptível a prática da concorrência desleal das grandes empresas de tecnologia, por beneficiarem-se de notícias parasitárias³⁶⁰, visto que as plataformas não geram conteúdos de notícias, contudo, aproveitam-se do esforço alheio de forma sutil, dos produtos e serviços ofertados pelas empresas jornalísticas para alavancar a relevância das plataformas sem a contraprestação equivalente, logo, o seu aproveitamento econômico é desproporcional as suas ações.

O interesse estatal em regular esta remuneração é justificável pelas perdas geradas ao próprio Estado e pelo risco produzido às empresas nacionais. As empresas de tecnologia tendem a não reinvestir ou não alocar recursos significativos fora da sua sede, e quando o faz, geralmente ocorre de maneira enxuta ou devido às exigências legais, por isso, há um descompasso entre aquilo que conseguem aproveitar economicamente em um país e aquilo que, efetivamente, devolvem como retribuição, diante disso, a drenagem de receitas de publicidade afetam tanto as empresas nacionais como as receitas públicas.

³⁵⁸INGRAM, Mathew. How much do Google and Meta owe publishers? Twelve billion dollars, a new study says. **Columbia Journalism Review**. 2023. Disponível em: https://www.cjr.org/the_media_today/google_meta_owe_publishers_columbia_study.php. Acesso em 16 dez. 2023.

³⁵⁹*Ibid.*

³⁶⁰SILVA, Alberto Luís Camelier da. **Concorrência desleal**: atos de confusão. São Paulo: Editora Saraiva, 2013. *E-book*.

Além disso, no contexto da desinformação, estabelecendo-se a premissa de que as empresas jornalísticas possuem maior potencialidade em ofertar notícias de qualidade, esse conteúdo é essencial para a construção de qualquer ambiente informacional saudável e contrário à desinformação, o qual é viabilizado pela valorização, proteção e investimento nestas atividades.

Por fim, a carta conjunta questiona as interferências do projeto no tratamento de dados dos usuários, para as empresas, o projeto contraria as disposições da LGPD. Neste contexto, as empresas reconhecem que o uso de dados dos usuários é essencial para o seu modelo de negócios (para a eficiência dos anúncios), entretanto, ao invés de alegarem a perda das receitas próprias, destacam a possibilidade de os anúncios ficarem mais caros para as pequenas e médias empresas contratantes.

Como qualquer empresa presente no mercado, as plataformas podem defender explicitamente seus interesses, baseados na expectativa de perda de receitas em razão das mudanças impostas, porém, a estratégia de argumentação empregada é apelativa, ao chamar a atenção para os pequenos e médios negócios, e chega até a ser sedutora.

O distanciamento econômico entre os pequenos e grandes negócios já existe, as empresas com maior poder econômico e com mais recursos para a contratação de anúncios já possuem vantagens competitivas em relação às menores.

Além disso, se a alteração no regime de tratamento de dados dos usuários reduzir a eficiência da publicidade, os anunciantes podem deixar de contratá-los, já que não vão gerar os resultados esperados – de quantidade de acessos ou conversão em vendas —, neste caso, as plataformas serão as próprias prejudicadas, no mais, em uma hipótese remota da publicidade segmentada (e orientada pela extração de dados) deixar de funcionar, outras formas de serviços (certamente) irão surgir, como fruto da inovação e da reestruturação de estratégias de mercado.

Sucintamente, as plataformas entendem que a exigência de *compliance* — no tratamento de dados, nas condições de publicidade e na moderação de conteúdo— ofendem o Capitalismo de Vigilância³⁶¹.

Conseqüentemente, o pedido principal consiste em solicitar que as suas preocupações sejam levadas em consideração pelos parlamentares ao defender o projeto.

³⁶¹ZUBOFF, Shoshana. **A era do Capitalismo de Vigilância**: a luta por um futuro humano na nova fronteira do poder. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2021. *E-book*.

A nota individual do *Google Brasil*³⁶², publicada em 11 de março de 2022 também ratifica a importância de debater soluções para a desinformação *on-line*, contudo, elenca alguns questionamentos e pontos sensíveis no PL 2630/2020.

Basicamente, a nota do *Google Brasil* se concentra em três problemas que podem ser causados com a transformação do projeto em lei: a diminuição da segurança da plataforma; a redução do acesso à informação relevante; e o prejuízo para as empresas nos anúncios *on-line*.

O *Google Brasil* defende a integridade e o sigilo comercial dos seus sistemas, e argumenta que a divulgação dos dados sobre as suas operações pode fornecer informações que favoreçam pessoas mal intencionadas, visto que poderiam manipular os *rankings* de exibição e prejudicar os conteúdos relevantes.

O artigo 25, da redação atual do PL 2630/2020c, manteve a exigência de cessão dos dados pelos provedores, com a contrapartida do resguardo do segredo comercial e industrial, só que a equalização desses pontos é difícil, na prática.

A manipulação do *ranking* de exibições já é feita na realidade, só que ocorre de maneira lícita, a princípio, conforme as regras de mercado, quem contrata a publicidade tem direito a ser exibido em destaque nas listas do *Google* Pesquisar.

O aperfeiçoamento para o enfrentamento à desinformação deve ocorrer com o consenso de que ela é uma prática ilícita, e que não poderia ser objeto do contrato de anúncio, também podem ser realizados ajustes para diminuir a relevância ou alcance de páginas identificadas com conteúdo desinformativo, conforme ocorre por iniciativa própria do *Twitter/X*, e não é tão claro na política do *Google*.

De todo modo, compreende-se que em função da relevância das ferramentas de busca (como a aplicação *Google* Pesquisar) — por serem a via principal de conexão entre o usuário e as páginas *web* —, elas não deveriam ser imunes à regulação sobre a desinformação, todavia, pode ser pensado em fixar *standards* regulatórios diferentes das mídias sociais, com fulcro nas peculiaridades de cada um, o que não é feito (devidamente) no texto atual do projeto.

O segundo questionamento do *Google*, é de que o PL 2630/2020 pode reduzir o acesso às informações relevantes, com a exigência legal de remuneração sobre a indexação das páginas com conteúdo jornalístico na sua ferramenta de busca, isso levaria a grande imprensa a alargar suas vantagens diante dos veículos menores.

Considerando o quase monopólio da ferramenta de busca do *Google*, o domínio dos fatores que interferem no seu *ranking* de exibição pode representar enormes vantagens.

³⁶²GOOGLE BRASIL. **O PL 2630 pode impactar a internet que você conhece.** 2022. Disponível em: <https://blog.google/intl/pt-br/novidades/iniciativas/PL2630/>. Acesso em: 22 nov. 2023.

Ademais, analisando esse contexto, a depender de como a remuneração por indexação de conteúdo jornalístico será concretizada, há grandes possibilidades deste processo gerar um ciclo nocivo de *feedback*, da seguinte forma:

- 1) Remunera-se as empresas de mídia mais relevantes;
- 2) Os mais relevantes investem em mais publicidade ou desdobram-se em vários portais de relevância média, ofuscando os menores;
- 3) O Grupo, mantendo-se em posição de relevância, conseguiria ter receitas maiores, reiniciando o ciclo.

Hoje, a manutenção de relevância, em função de maior visibilidade é compatível com o poder econômico da empresa, contudo, se a alteração do PL 2630/2020 não for bem executada, pode reforçar este ciclo.

No mais, é curioso como o *Google* se preocupa com a visibilidade de empresas menores diante da indexação gratuita (não-impulsionada), mesmo que sua fonte de receitas seja baseada em dar relevância para quem paga por publicidade.

Assim como na nota conjunta das plataformas, nesta, o *Google* admite que a extração de dados é essencial para a infraestrutura digital de publicidade, e que isso permite ofertar alguns serviços “gratuitamente”, logo, a alteração deste sistema prejudicaria a alavancagem dos negócios dos anunciantes.

O *Google* defende que os usuários dos serviços são cientes e que, voluntariamente, concedem acesso aos dados para utilização em publicidade, acredita que as interferências irão reduzir a venda dos anunciantes e prejudicar as receitas dos veículos de comunicação.

Conforme exposto no decorrer do primeiro capítulo, a voluntariedade não é a melhor das características dos contratos celebrados *on-line*, e é até bastante prejudicada por isso, há muitos motivos para compreendê-los como um “incontrato”.

Diante disso, algumas soluções para os questionamentos expostos na carta conjunta também podem ser aplicadas aqui.

O *Google* não se opõe ao combate à desinformação, e sim às transformações do texto do projeto que podem esvaziar o objetivo da lei. O pedido principal consiste em solicitar que o Estado reconheça o poder de autorregulação das plataformas e que escolha o caminho da autocomposição e celebração de compromissos entre o governo, as empresas e a sociedade civil, o pedido se aproxima das características dos códigos de conduta.

A nota seria uma boa oportunidade para o *Google* mostrar como as transformações ou investimentos no combate à desinformação tem sido feitas, especialmente no Brasil, porque a

sua oposição genérica contra a desinformação, nos moldes defendidos na nota, não condiz com os seus termos e políticas gerais, os quais sequer mencionam a expressão uma única vez³⁶³.

Em contrapartida, recentemente o *Google* tem realizado atividades em prol da cibersegurança, contra fraudes e contra a desinformação, na Índia, na Tailândia e em Singapura³⁶⁴, por irônica coincidência, em países cuja regulação da desinformação no ciberespaço já está mais avançada.

A nota mais recente do *Google*³⁶⁵, publicada em 27 de abril de 2023, expõe sua insatisfação em como o PL 2630/2020 pode provocar consequências ruins na internet que temos hoje, e acrescenta alguns elementos não contemplados nas primeiras notas, dos quais destacam-se: a possibilidade de o projeto proteger quem produz a desinformação; e as ameaças à liberdade de expressão.

O *Google* critica o projeto por impor limites às políticas e termos de uso da plataforma, porque blindam a remoção de conteúdo de contas de interesse público e de empresa jornalística e, neste ponto, o PL 2630/2020b não delimitava bem o significado de empresa jornalística, para fins de aplicação da lei.

O parâmetro para a compreensão das empresas jornalísticas foi apresentado na versão do PL 2630/2020c, no §2, do artigo 32:

Artigo 32. [...] § 2º Farão jus à remuneração prevista no caput pessoa jurídica, mesmo individual, constituída há pelo menos 24 (vinte e quatro) meses, que produza conteúdo jornalístico original de forma regular, organizada, profissionalmente e que mantenha endereço físico e editor responsável no Brasil.

A nova redação do projeto também versou sobre a criticada exigência de remuneração das empresas jornalísticas, em face da utilização de seus conteúdos. É comum que os países que estão construindo (ou que já construíram) a sua regulação sobre a desinformação, e sobre as aplicações do ciberespaço, adotem caminhos próprios, levando em conta os seus arranjos locais.

³⁶³GOOGLE. **Privacidade e termos**. 2022. Disponível em: <https://policies.google.com/terms?hl=pt-BR>. Acesso em 23 nov. 2023.

³⁶⁴GOOGLE BRASIL [Wilson White]. **Como o Google está combatendo fraudes e melhorando a segurança de aplicativos**. 2023. Disponível em: <https://blog.google/intl/pt-br/novidades/iniciativas/como-o-google-esta-combatendo-fraudes-e-melhorando-a-seguranca-de-aplicativos/>. Acesso em 23 nov. 2023.

³⁶⁵GOOGLE BRASIL. **Como o PL 2630 pode piorar a sua internet**. 2023. Disponível em: <https://blog.google/intl/pt-br/novidades/iniciativas/como-o-pl-2630-pode-piorar-a-sua-internet/>. Acesso em 22 nov. 2023.

A identidade brasileira tem sido a de insistir, nas disposições do projeto, na normalização da remuneração do conteúdo jornalístico pelos provedores de aplicação, similarmente ao que ocorre na Austrália e no Canadá³⁶⁶. Por mais justa e sincera que seja a proposta, a sua inserção tem gerado efeito *backfire* e, em função das suas particularidades, poderia ser melhor estruturada em outra discussão, em outro projeto específico para o tema, o acréscimo de polêmicas sobre o PL 2630/2020 pode até retardar a sua aprovação e a regulação do enfrentamento à desinformação, conforme tem ocorrido, visto que a expectativa de votação do projeto na Câmara dos Deputados, seria na semana seguinte à aprovação do regime de urgência, no dia 2 de maio de 2023³⁶⁷ (o que não ocorreu).

A caracterização das empresas jornalísticas ainda enfrenta problemas, primeiro porque o rótulo de empresa jornalística não as impede de serem propagadoras de desinformação, é possível que adotem uma postura polarizada (reforçando vieses pré-definidos), ao fazer isso, podem se aproximar de um nicho de público específico, que tenha identidade com as ideias ou informações transmitidas, nesta lógica, a blindagem proposta pelo projeto pode legitimar a prática de desinformação e limitar qualquer medida para contê-la.

Secundariamente, considerando as inovações e as transformações sociais na transmissão de informações, mormente nas aplicações do ciberespaço, o enquadramento terminológico do jornalismo, pelo projeto, pode limitar ou concentrar as atividades de jornalismo nas mãos de poucas empresas, desfavorecendo as menores ou as mais jovens. Para além disso, seria difícil compreender o que caracteriza “conteúdo jornalístico original”?!, considerando o caráter apropriativo das interações no ciberespaço, empresas que fazem *react* sobre outros conteúdos jornalísticos ficariam de fora? Agregadores ou sintetizadores de conteúdo também? O jornalismo seria somente para quem aborda temas “relevantes”, como política, ou economia? Ou abrangeria a cultura, artes, música e *games*?

Um terceiro ponto, é que esta conceituação legal também pode induzir à construção de empresas de jornalismo de fachada, que poderiam investir em infraestrutura para preencher o requisito legal, somente com o fim de adquirir a blindagem garantida pela lei, e fazer o uso dela para práticas ilegais.

³⁶⁶INGRAM, Mathew. How much do Google and Meta owe publishers? Twelve billion dollars, a new study says. **Columbia Journalism Review**. 2023. Disponível em: https://www.cjr.org/the_media_today/google_meta_owe_publishers_columbia_study.php. Acesso em 16 dez. 2023.

³⁶⁷BRASIL. **Câmara dos Deputados. Projeto das fake news tem urgência aprovada e irá a voto na próxima terça**. 2023. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/noticias/955642-projeto-das-fake-news-tem-urgencia-aprovada-e-ira-a-voto-na-proxima-terca-acompanhe/#:~:text=A%20C%C3%A2mara%20dos%20Deputados%20aprovou,Responsabilidade%20e%20Tra nspar%C3%A2ncia%20na%20Internet..> Acesso em: 24 nov. 2023.

Em razão desses elementos, é coerente concluir que essa questão ainda precisa de melhores análises e deliberações que, novamente, poderiam ocorrer no bojo de outra proposta temática específica.

Particularmente, o *Google* e a *Meta* já enfrentam essa exigência de remuneração sobre os conteúdos jornalísticos em outros países³⁶⁸, a resistência das empresas ocorre tendo em vista o interesse em se manterem se apropriando dos conteúdos jornalísticos sem efetuarem a contraprestação adequada. A prática de concorrência desleal e de parasitismo de notícias é mais perceptível nas aplicações da *Meta*, como *Facebook* e *Instagram*, enquanto o *Google* tenta se desvencilhar desta responsabilidade em função da abrangência da sua ferramenta de busca, cujo conteúdo é bastante pulverizado, entretanto, este argumento é insatisfatório ao analisarmos a aplicação *Google Notícias*, visto que é um serviço ofertado com base, integralmente, em conteúdo produzido por terceiros, geralmente empresas jornalísticas.

Quanto às contas oficiais de interesse público, ao estender e garantir a imunidade material dos parlamentares na totalidade das interações das contas em mídias sociais e serviços de mensageria privada (artigo 33, §6º, do PL 2630/2020c), o projeto resguarda uma blindagem que legitima eventuais abusos e impede qualquer medida ordinária contra as atividades de desinformação.

Haja vista que as interações na conta ou nos conteúdos podem ser insufladas por financiamento ou publicidade, a imunidade pode contrariar a vedação ao abuso do poder econômico, especialmente no contexto eleitoral, também vai no sentido contrário a algumas decisões do STF, que determinaram o bloqueio de contas de Deputados³⁶⁹³⁷⁰.

³⁶⁸INGRAM, Mathew. How much do Google and Meta owe publishers? Twelve billion dollars, a new study says. **Columbia Journalism Review**. 2023. Disponível em: https://www.cjr.org/the_media_today/google_meta_owe_publishers_columbia_study.php. Acesso em 16 dez. 2023.

³⁶⁹BRASIL. Supremo Tribunal Federal. **Inquérito nº 4.923/DF**. Decisão. Em decisão, datada de 11/1/2023, proferida nos autos deste Inquérito, foi determinada, entre outras medidas, a expedição de ofício às empresas FACEBOOK, INSTAGRAM, TELEGRAM, TIK TOK, TWITTER e YOUTUBE para que, no prazo de 2 (duas) horas, procedessem ao bloqueio dos canais indicados [...]. Relator: Ministro Alexandre de Moraes. Brasília, DF, julgamento: 24 de janeiro, de 2023. Disponível em: https://www.stf.jus.br/arquivo/cms/noticiaNoticiaStf/anexo/INQ4923238decisao_monocratica1.pdf. Acesso em 24 nov. 2023.

³⁷⁰BRASIL. Supremo Tribunal Federal. **Ação Penal nº 1.044/DF**. Decisão. Em 22/3/2022, determinei a abertura de vista dos autos à Procuradoria-Geral da República, para manifestação quanto ao desrespeito das medidas cautelares impostas ao réu, em razão dos fatos noticiados (eDocs. 760-762), no prazo de 5 (cinco) dias, em especial em relação ao desrespeito à proibição de ter qualquer forma de acesso ou contato com os demais investigados nos Inquéritos 4.781/DF e 4.874/DF, salvo os parlamentares federais, considerando as informações de que teria se encontrado com outro investigado; e ao desrespeito da proibição de frequentar toda e qualquer rede social e de conceder entrevista sem autorização judicial [...]. Relator: Ministro Alexandre de Moraes. Brasília, DF, julgamento: 3 de maio de 2022. Disponível em: <https://www.stf.jus.br/arquivo/cms/noticiaNoticiaStf/anexo/API044decisao3maio.pdf>. Acesso em 24 nov. 2023.

Posteriormente, a nota observa que o aumento da responsabilidade civil das plataformas com a aprovação do projeto, pode fazer com que haja o aumento da remoção de conteúdos legítimos, levando em consideração o aumento das exigências de dever de cuidado sobre conteúdos ilegais, o que afetaria a liberdade de expressão.

Além disso, sustenta que o controle sobre a legalidade do conteúdo é função do Poder Judiciário, e que o projeto estaria forçando-os a assumir esta função. Neste aspecto, há uma contradição com as reivindicações expostas na primeira carta conjunta, porque nela, demandam a flexibilidade para realizar a moderação de conteúdo por conta própria.

O maior incômodo aparenta ser a gradação da responsabilidade, porque a moderação de conteúdo pelas plataformas, já é uma prática comercial bastante aceita como decorrência do seu poder autorregulatório, em que pese concentrarem suas forças no controle sobre a violação de direitos autorais. Sobre isso, até mesmo o projeto compreende este poder, só cria mais exigências para a garantia de direitos dos usuários, de ciência e de recursos, nos casos de indisponibilidade de contas e de conteúdo.

A nota expõe a conclusão de que o texto atual se desvirtuou do objetivo original de combater a desinformação. Efetivamente, este fator é constatado nas primeiras análises do projeto.

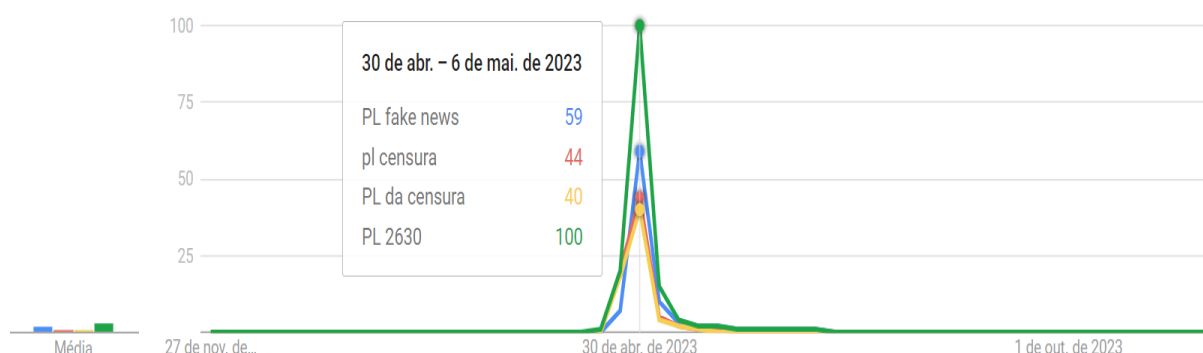
O pedido principal do *Google*, nesta ocasião, é de mobilização da sociedade para postergar a votação do projeto e exigir mais discussões sobre o tema, e que os usuários façam adesão a este posicionamento ao usar a *hashtag* “#MaisDebatePL2630” nas suas contas.

Pode-se dizer que a campanha foi efetiva, visto que apesar das expectativas e da aprovação do regime de urgência, até então, o projeto não fora submetido à votação na Câmara dos Deputados.

Quanto à influência na visão popular do projeto, pode-se deduzir que houve algum impacto, principalmente na vinculação do projeto à ideia de censura, e de que ele se resume a *fake news*.

Podemos analisar como o projeto era pesquisado (em quais termos) na ferramenta de busca do *Google*. Ao inserir quatro expressões (1- “PL fake News”; 2 – “pl censura”; 3- “PL da censura”; 4- “PL 2630”) na plataforma de análises da *Google* — *Google Trends* —, que exhibe o nível de interesse ou relevância na busca de determinado tema, temos o seguinte resultado:

Figura 1 – Demonstrativo do interesse de pesquisa no *Google* Pesquisas, dos termos “PL 2630”, “PL fake News”, “pl censura” e “PL da censura”



Fonte: Google Trends, 2023³⁷¹.

A análise do interesse de pesquisa nos termos possui como parâmetro os 12 últimos meses, abrangendo o período entre 27 de novembro de 2022 a 25 de novembro de 2023. O índice apresentado vai de zero a 100, zero indica a ausência de popularidade na pesquisa do termo, enquanto 100 sinaliza um pico de popularidade na pesquisa.

A análise gráfica dos termos, em conjunto, permite investigar a relevância de um termo em comparação a outro, caso os termos fossem explorados isoladamente, o nível de popularidade expresso não permitiria contrastá-los.

Logo, o gráfico demonstra que o maior pico de interesse nas pesquisas sobre o PL 2630/2020, considerando esses parâmetros e utilizando a ferramenta de pesquisa do *Google*, ocorreu na semana de 30 de abril a 6 de maio de 2023.

O pico de interesse sucede a aprovação do regime de urgência do projeto, em 25 de abril de 2023 e, provavelmente, se manteve para acompanhar a sua votação.

O gráfico ainda revela como os usuários buscavam as informações sobre o projeto ao utilizar a ferramenta de busca, a maioria das pessoas pesquisou sobre o projeto utilizando a numeração de ordem do mesmo, PL 2630 (100 pontos de interesse), outra parcela considerável pesquisou sobre o projeto associando-o a *fake news*, “PL fake news” com 59 pontos de relevância.

Por fim, outro grupo de pessoas associaram o projeto à ideia de censura, utilizando os termos “pl censura”, 44 pontos de relevância e “PL da censura”, com 40 pontos.

As estruturas das plataformas digitais coletam dados a fim de transformá-los em algo útil financeiramente, neste sentido, essa simples análise (a partir dos dados) sinaliza como o

³⁷¹GOOGLE. **Google trends**. Disponível em:

<https://trends.google.com.br/trends/explore?geo=BR&q=PL%20fake%20news,pl%20censura,PL%20da%20censura,PL%202630>. Acesso em: 01 dez. 2023.

projeto era visto pelas pessoas, a maior parte pesquisou sobre o projeto de maneira imparcial, contudo, parcela considerável de usuários absorveram a percepção de censura e de *fake news* como conteúdo do projeto.

Neste ponto da pesquisa, é evidente que a análise priorizou a discussão e a proposta legislativa no Brasil, isso ocorre em função da sua natureza e da capacidade de inovar a ordem jurídica, ao propor o modelo regulatório de combate à cultura da desinformação no Brasil.

Todavia, o combate à desinformação (somente) pela via legislativa é insuficiente, caso as normas não sejam validadas pelo poder público e pela sociedade civil. Além disso, a lacuna legislativa que ainda subsiste, faz com que o Poder Judiciário atue sem parâmetro legal específico, para solucionar as consequências geradas pela desinformação *on-line*, nas mídias sociais.

Por esse motivo, apreciamos ser conveniente a análise da atuação do STF, do TSE e da Presidência da República no tratamento do fenômeno.

3.2 A ATUAÇÃO DO SUPREMO TRIBUNAL FEDERAL

Considerando a atuação do STF no contexto da desinformação nas mídias sociais, podemos desdobrar a análise nos seus aspectos jurisdicionais e na análise do seu programa de combate à desinformação.

3.2.1 A atuação jurisdicional do Supremo Tribunal Federal

A atuação jurisdicional do STF, nos casos de desinformação, tem como principal referência o Inquérito nº 4.781/DF, popularmente intitulado como inquérito das *Fake News*, instaurado pela Portaria nº 69, de 14 de março de 2019³⁷², por iniciativa do então Presidente Ministro Dias Toffoli, e conduzido pelo Ministro Alexandre de Moraes.

³⁷²BRASIL. Supremo Tribunal Federal. **Inquérito nº 4.781**. Despacho inicial. Trata-se de inquérito instaurado pela Portaria GP Nº 69, de 14 de março de 2019, do Excelentíssimo Senhor Ministro Presidente, nos termos do art. 43 do Regimento Interno desta CORTE, para o qual fui designado para condução, considerando a existência de notícias fraudulentas (*fake news*), denúncias caluniosas, ameaças e infrações revestidas de *animus caluniandi*, *diffamandi* ou *injuriandi*, que atingem a honorabilidade e a segurança do Supremo Tribunal Federal [...]. Relator: Ministro Alexandre de Moraes. Brasília, DF, julgamento: 19 de março de 2019. Disponível em: <https://www.stf.jus.br/arquivo/cms/noticiaNoticiaStf/anexo/inq4781.pdf>. Acesso em: 01 dez. 2023.

A instauração do inquérito se fundamentou na existência de notícias fraudulentas, denúncias caluniosas, ameaças e infrações perpetradas contra o STF, seus membros e familiares, pondo em risco a sua honra e segurança³⁷³.

Tendo em vista a abrangência dos ataques, o inquérito tem absorvido as investigações de vários casos, em virtude da atração da competência para investiga-los, o inquérito tramita sob sigilo, o que dificulta bastante a análise das decisões judiciais pertinentes.

No curso do Inquérito, em 26 de maio de 2020³⁷⁴, o Ministro-Relator Alexandre de Moraes determinou várias medidas para conter as campanhas de desinformação em massa e discursos de ódio nas redes sociais, cuja decisão ordenou o bloqueio de contas em redes sociais (*Facebook, Twitter/X e Instagram*) de várias pessoas supostamente associadas às atividades, para o Ministro, as imposições de interrupção do discurso se configuram como padrão necessário para controlar o problema.

Para fins de percepção sobre os *standards* regulatórios, no âmbito do Inquérito 4923/DF, que investiga os atos do dia 8 de janeiro de 2023³⁷⁵, também foram impostos expedientes contra a disseminação de notícias falsas sobre a integridade das instituições eleitorais. Na decisão do Ministro-Relator Alexandre de Moraes, as práticas têm importado no abuso da liberdade de expressão e, novamente, foi decretado o bloqueio de perfis e contas em redes sociais, para interromper a lesão ou ameaça à direito, ao mesmo tempo, fixou-se a medida cautelar de abstenção de publicação de desinformação nas redes sociais.

Complementarmente, a desinformação foi discutida como questão incidental, em dois momentos relevantes, no julgamento da Ação Direta de Inconstitucionalidade (ADI) nº 6.281/DF e no Referendo na Medida Cautelar na ADI 7.261/DF.

³⁷³BRASIL. Supremo Tribunal Federal. **Inquérito nº 4.781**. Despacho inicial. Trata-se de inquérito instaurado pela Portaria GP Nº 69, de 14 de março de 2019, do Excelentíssimo Senhor Ministro Presidente, nos termos do art. 43 do Regimento Interno desta CORTE, para o qual fui designado para condução, considerando a existência de notícias fraudulentas (fake news), denúncias caluniosas, ameaças e infrações revestidas de animus *caluniandi, diffamandi* ou *injuriandi*, que atingem a honorabilidade e a segurança do Supremo Tribunal Federal [...]. Relator: Ministro Alexandre de Moraes. Brasília, DF, julgamento: 19 de março de 2019. Disponível em: <https://www.stf.jus.br/arquivo/cms/noticiaNoticiaStf/anexo/inq4781.pdf>. Acesso em: 01 dez. 2023.

³⁷⁴BRASIL. Supremo Tribunal Federal. **Inquérito nº 4.781**. Decisão. Trata-se de inquérito instaurado pela Portaria GP Nº 69, de 14 de março de 2019, do Excelentíssimo Senhor Ministro Presidente, nos termos do art. 43 do Regimento Interno desta CORTE [...]. Relator: Ministro Alexandre de Moraes. Brasília, DF, julgamento: 26 de maio de 2020. Disponível em: <https://www.stf.jus.br/arquivo/cms/noticiaNoticiaStf/anexo/mandado27maio.pdf>. Acesso em: 01 dez. 2023.

³⁷⁵BRASIL. Supremo Tribunal Federal. **Inquérito nº 4.923/DF**. Decisão. Em decisão proferida nestes autos em 8/1/2023, em razão da escalada violenta dos atos criminosos resultou na invasão dos prédios do PALÁCIO DO PLANALTO, do CONGRESSO NACIONAL do SUPREMO TRIBUNAL FEDERAL, com depredação do patrimônio público, conforme amplamente noticiado pela imprensa nacional, determinei, entre outras medidas, a expedição de ofício às empresas Facebook, Tik Tok e Twitter, para que, no prazo de 2 (duas) horas, procedessem ao bloqueio dos canais/perfis/contas indicados [...]. Relator: Ministro Alexandre de Moraes. Brasília, DF, julgamento: 13 de junho de 2023. Disponível em: <https://www.stf.jus.br/arquivo/cms/noticiaNoticiaStf/anexo/INQ4923Monark.pdf>. Acesso em: 01 dez. 2023.

A ADI 6.281/DF³⁷⁶ tem por objeto a declaração de inconstitucionalidade dos artigos 43, *caput*, e 57, *caput* e § 1º, I, da lei nº 9.504/1997, que estabelece normas para as eleições, em especial, para a propaganda eleitoral paga em periódicos impressos e na internet.

A ADI foi relatada pelo Ministro Luiz Fux que, em seu voto, apontou que o contexto regulatório brasileiro colabora para o risco social da desinformação e que a publicidade das redes sociais facilita o surgimento das *fake news*, as quais são utilizadas para contaminar o debate público, prejudicando o exercício do voto.

O Ministro Alexandre de Moraes pugnou pela constitucionalidade dos artigos elencados na ADI, acrescentando que os dispositivos normativos trilham a mesma finalidade do que deve ser o “PL das *fake news*”, em síntese: obstar a quebra da paridade de armas; garantir a democracia; e limitar o abuso do poder econômico. O Ministro também destaca o problema da ausência de regulamentação no Brasil, que tem prejudicado a atuação da Justiça Eleitoral.

O Ministro Dias Toffoli destacou que o Brasil pode aprender com os problemas ocorridos no cenário internacional, notadamente, com o que aconteceu no cenário norte-americano, que demonstra como a desinformação vem gerando o caos e sobrescrevendo as regras do jogo político. Para ele, a atuação das instituições democráticas é essencial para o enfrentamento do fenômeno, por isso, é tão importante a regulação das plataformas.

Neste caso, o STF julgou improcedente a ADI, por maioria dos votos, declarando a constitucionalidade dos dispositivos impugnados, que versam sobre regras para a propaganda eleitoral na internet.

No Referendo na medida cautelar na ADI 7.261/DF³⁷⁷, de Relatoria do Ministro Edson Fachin, discute-se a constitucionalidade da Resolução 23.714/2022 do TSE, que dispõe sobre o enfrentamento à desinformação que atinja a integridade do processo eleitoral.

³⁷⁶BRASIL. Supremo Tribunal Federal (Plenário). **Ação Direta de Inconstitucionalidade nº 6.281/DF**. Ação Direta de Inconstitucionalidade. arts. 43, *caput*, e 57, *caput* e § 1º, i, da Lei n. 9.504/1997. Propaganda eleitoral paga em periódicos impressos e na internet. Limitações impostas por lei. Possibilidade. Precedentes. Relator: Ministros Luiz Fux. Brasília, DF, julgamento: 16 de fevereiro de 2022. Disponível em: <https://redir.stf.jus.br/paginadorpub/paginador.jsp?docTP=TP&docID=760973463>. Acesso em: 01 dez. 2023.

³⁷⁷BRASIL. Supremo Tribunal Federal. **Referendo na Medida Cautelar na Ação Direta de Inconstitucionalidade nº 7.261/DF** (Plenário). Direito constitucional e eleitoral. Constitucionalidade da Resolução TSE nº. 23.714/2022. Enfrentamento da desinformação capaz de atingir a integridade do processo eleitoral. 1. Não se reveste de *fumus boni iuris* a alegação de que o Tribunal Superior Eleitoral (TSE), ao exercer a sua atribuição de elaboração normativa e o poder de polícia em relação à propaganda eleitoral, usurpa a competência legislativa da União, porquanto a Justiça Especializada vem tratando da temática do combate à desinformação por meio de reiterados precedentes jurisprudenciais e atos normativos, editados ao longo dos últimos anos. [...]. Relator: Ministro Edson Fachin. Brasília, DF, julgamento: 25 de outubro de 2022. Disponível em: <https://redir.stf.jus.br/paginadorpub/paginador.jsp?docTP=TP&docID=764497663>. Acesso em: 01 dez. 2023.

A medida cautelar postulada na ADI alegava a inconstitucionalidade da Resolução em comento, contudo, foi indeferida liminarmente. Por maioria, o Tribunal referendou a decisão que indeferiu a medida cautelar, sintetizando que a Resolução não importa em censura prévia e não caracteriza a usurpação da competência legislativa da União pelo TSE.

A decisão reconhece a postura de deferência da competência do TSE para organização e condução das eleições gerais, mormente, porque a desinformação veiculada na internet macula a livre circulação de ideias e o direito à informação, e deve ser combatida porque é um risco para formação da vontade do eleitor.

Para o Ministro Edson Fachin, a desinformação e os ataques à democracia não se confundem com o livre debate público, por isso, não se pode usar a própria liberdade de expressão para atacá-la. No âmbito eleitoral, a desinformação não equivale à discurso de campanha, porque é abuso de poder e viola a integridade do processo eleitoral.

No voto, o Ministro Alexandre de Moraes entende pela prevalência da competência do TSE, e admite que o enfrentamento da desinformação e seus impactos eleitorais ocorre por experimentação regulatória, concorda com a natureza fraudulenta da desinformação e que o Estado deve agir de maneira efetiva contra os seus efeitos.

O Ministro André Mendonça ratificou sua posição favorável ao combate à desinformação, entretanto, critica os meios empregados ao assinalar que a desinformação não deve resultar na exclusão do indivíduo infrator da sociedade, por isso, considera censura prévia as determinações de suspensão de perfil ou contas e a proibição de acesso aos serviços da plataforma, em suma, decide pela negativa ao referendo e deferimento da cautelar postulada.

A Ministra Rosa Weber compreende que a existência de projeto de lei em tramitação não prejudica o poder regulamentar e suplementar do TSE, ao editar ato normativo.

Em função do exposto, é evidente que o STF tem compreendido a desinformação *online* como conduta ilícita que viola a liberdade de expressão, o direito à informação e à livre circulação de ideias. Também tem apontado as dificuldades em enfrentar o problema, em virtude da própria natureza do fenômeno e da ausência de regulação legislativa.

Na definição de *standards* regulatórios, como instrumentos de *enforcement* judicial, têm optado pelas intervenções no discurso público, pela limitação, suspensão e bloqueio de contas e de conteúdo, e de cautelares para evitar a continuidade das transgressões.

O STF fixa a premissa de que a continuidade do acesso dos imputados, aos recursos das mídias sociais, permitirão que os ataques e transgressões sigam ocorrendo, em razão disso, busca interromper este fluxo. Logo, compreende-se que o STF mantém uma postura tradicional, no enfrentamento aos fenômenos relacionados à comunicação nas mídias sociais e que,

considerando as particularidades dos vieses psicológicos, as decisões judiciais ficam sujeitas aos riscos de efeitos *streisand* e *backfire*.

Sem embargo, a atuação do STF em relação à desinformação não tem se limitado às decisões judiciais, visto que instituiu um programa institucional de combate à desinformação, a ser analisado a seguir.

3.2.2 O programa de combate à desinformação

A Resolução nº 742, de 27 de agosto de 2021 institui o Programa de Combate à desinformação (PCD) no âmbito do STF.

A Resolução expressa algumas razões relacionadas à desinformação, que fundamentam a necessidade e a adequação do programa, das quais salientam-se:

CONSIDERANDO que a desinformação mina a confiança nas instituições e prejudica a democracia ao comprometer a capacidade dos cidadãos de tomarem decisões bem informadas, com impactos sociais, políticos, econômicos e jurídicos de cunho negativo; [...] CONSIDERANDO que os efeitos negativos produzidos pela desinformação podem ser potencializados pelo uso distorcido dos recursos proporcionados pelas tecnologias da informação e das comunicações (TICs), sobretudo a Internet, tendo em vista a velocidade de produção e difusão de conteúdos;

Percebe-se que há o convencimento sobre as consequências nocivas da desinformação e sobre como a internet potencializa o fenômeno.

Diante disso, o artigo 1º expõe a finalidade da Resolução:

Art. 1º Fica instituído o Programa de Combate à Desinformação (PCD) no Supremo Tribunal Federal (STF), com a finalidade de enfrentar os efeitos negativos provocados pela desinformação e pelas narrativas odiosas à imagem e à credibilidade da Instituição, de seus membros e do Poder Judiciário, a partir de estratégias proporcionais e democráticas, a fim de manter a proteção da Corte acerca das liberdades de comunicação.

O PCD é instituído com o intuito de preservar a imagem e a credibilidade do STF em face dos ataques sofridos por campanhas de desinformação. As estratégias construídas equivalem aos *standards* regulatórios de adição ou correção de informações e na valorização da alfabetização midiática.

O PCD, através de seu Comitê Gestor, executa as suas atribuições em dois eixos (artigo 2º): atuação organizacional; e as ações de comunicação.

O eixo de atuação organizacional investe em infraestrutura e estudos e recursos para a compreensão e monitoramento da desinformação, que inclui as parcerias com instituições públicas e privadas no combate à desinformação.

O eixo de ações de comunicação justifica procedimentos mais concretos em relação à desinformação, como as ações de alfabetização midiática de servidores e outras categorias específicas, as correções de informações por contestações de notícias falsas e outras ações para a valorização da corte.

Além disso, as ações do programa incluem a manutenção de canal de denúncias sobre atividades de desinformação em desfavor do STF ou de seus ministros.

Recentemente, o programa promoveu a publicação de livro intitulado “Desinformação o mal do século: distorções, inverdades, fake news: a democracia ameaçada” publicado pelo STF em parceria com a Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília.

Sendo assim, apesar da ausência da regulação pela via legislativa, o STF não se manteve inerte em relação ao fenômeno, e desenvolveu um conjunto de ações e metas não-jurisdicionais para combater a desinformação, especialmente a efetuada contra a instituição e seus ministros.

O PCD estabelece estratégias mais equilibradas e compatíveis com o fluxo de informações no ciberespaço, é interessante que com o desenvolvimento do programa, o STF passe a analisar a possibilidade de estender as ações de alfabetização midiática às outras categorias não contempladas na Resolução. Quanto às ações de correções de informações, o método alia-se ao sistema utilizado no *Twitter/X*, e materializada através das notas da comunidade.

Tendo em vista que a cultura da desinformação tem impactado, principalmente, no cenário político e eleitoral, e que as consequências refletem na atuação do TSE, figurou-se pertinente incluí-lo na pesquisa.

3.3 A ATUAÇÃO DO TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL

A atuação da Justiça Eleitoral do Brasil está exposta de maneira mais sensível à cultura da desinformação, haja vista que os receios provocados pelo fenômeno são mais notáveis no período eleitoral.

Neste sentido, considerando a ausência de regulação estatal específica, exsurge o desafio para a Justiça Eleitoral de enfrentar a desinformação nos limites das suas competências, o que tem sido efetuado com fundamento no seu poder normativo.

Diante disso, em 2017, o TSE publicou a Resolução n° 23.551, de 18 de dezembro de 2017, que versava sobre regras para a propaganda eleitoral, que foi totalmente revogada pela Resolução n° 23.610, de 18 de dezembro de 2019³⁷⁸ (em vigor), que dispõe sobre propaganda eleitoral, utilização e geração do horário gratuito e condutas ilícitas em campanha eleitoral.

A Resolução n° 23.610/2019 do TSE destina uma seção própria para o tratamento da desinformação na propaganda eleitoral, e no artigo 9º, preza pela veracidade das informações utilizadas nas propagandas eleitorais, garantindo o direito de resposta ao candidato, partido ou coligação atingido.

Seguidamente, no artigo 27, §1º, assinala que a divulgação de fatos sabidamente inverídicos é uma das hipóteses de limitação da liberdade de pensamento e expressão.

Quanto às regras para a propaganda eleitoral na internet, sobressaem: a vedação de contratação de disparo em massa de conteúdo (artigo 28, inciso IV, “a”); a proibição de contratação de impulsionamento e de disparo em massa de conteúdo (artigo 28, IV, “b”); a contrariedade na utilização de recursos clandestinos, não providos pelas plataformas, para realizar impulsionamento (artigo 28, §3º); a manutenção da responsabilidade condicionada dos provedores de aplicação no cumprimento de determinação judicial para tornar indisponíveis, os conteúdos infringentes da legislação eleitoral (artigo 28, §4º), sob pena de multa (artigo 28, §5º); a extensão das regras de impulsionamento aos mecanismos de busca (artigo 28, §7º); o artigo 34, inciso II também veda a propaganda realizada “por meio de disparo em massa de mensagens instantâneas sem consentimento da pessoa destinatária ou a partir da contratação expedientes, tecnologias ou serviços não fornecidos pelo provedor de aplicação [...]”, apesar de que o conceito de disparo em massa ser aplicável somente para aplicações de mensagem instantânea (artigo 37, inciso XXI).

Na Resolução n° 23.610/2019 do TSE, percebe-se o reconhecimento da ilicitude das atividades que caracterizam a desinformação, igualmente, da promoção de *astroturfing* nas plataformas para promover a publicidade de determinado candidato, partido ou coligação.

A resolução transmite a ideia de que a liberdade de expressão não abriga a disseminação de desinformação, sobretudo, na propaganda eleitoral. Os *standards* regulatórios consignados na resolução são a limitação de discurso, com a imposição de indisponibilidade do conteúdo infringente, a adição de informações ou contexto (através dos diretos de resposta) e as multas.

³⁷⁸BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. **Resolução n° 23.610, de 18 de dezembro de 2019**. Dispõe sobre propaganda eleitoral, utilização e geração do horário gratuito e condutas ilícitas em campanha eleitoral. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/legislacao/compilada/res/2019/resolucao-no-23-610-de-18-de-dezembro-de-2019>. Acesso em: 28 nov. 2023.

Baseado no cenário de desinformação durante as eleições de 2022, nas proximidades do 2º turno, o TSE editou a Resolução nº 23.714, de 20 de outubro de 2022³⁷⁹, que dispõe sobre o enfrentamento à desinformação que atinja a integridade do processo eleitoral.

A Resolução conta com um objetivo mais específico contra a cultura da desinformação no cenário eleitoral, a norma contida no artigo 2º da resolução aduz que: “É vedada, nos termos do Código Eleitoral, a divulgação ou compartilhamento de fatos sabidamente inverídicos ou gravemente descontextualizados que atinjam a integridade do processo eleitoral, inclusive os processos de votação, apuração e totalização de votos”.

Ao limitar esses comportamentos, a norma se atenta para a reprovação da atividade fraudulenta do autor (intencional) em disseminar as mensagens inverídicas, que podem se enquadrar como notícias fraudulentas sem base factual, já o termo “gravemente descontextualizados” pode abranger atividades de notícias fraudulentas por distorção.

O termo “divulgação”, da mesma forma, pode promover a ilicitude da fraude informacional por difusão, desse modo, é notório que o TSE vislumbra a natureza danosa dessas três espécies de desinformação quando operadas no contexto eleitoral.

Com o fim de dar celeridade às respostas contra a desinformação, no artigo 3º, a Resolução 23.714/2022 dispõe que a “A Presidência do Tribunal Superior Eleitoral poderá determinar a extensão de decisão colegiada proferida pelo Plenário do Tribunal sobre desinformação, para outras situações com idênticos conteúdos [...]”.

Contra as campanhas de desinformação em massa, a Resolução estabelece que a produção sistemática de desinformação pode provocar a suspensão temporária de perfis, contas ou canais em mídias sociais (artigo 4º, *caput*), inclusive a suspensão de registro de novos perfis, contas ou canais sob a mesma responsabilidade ou controle e dos perfis, contas ou canais preexistentes que poderiam ser desviados para a prática (artigo 4º, parágrafo único).

A norma enunciada no *caput* do artigo 5º visa reforçar o cumprimento da decisão da justiça eleitoral ao dispor que:

Art. 5º Havendo descumprimento reiterado de determinações baseadas nesta Resolução, o Presidente do Tribunal Superior Eleitoral poderá determinar a suspensão do acesso aos serviços da plataforma implicada, em número de horas proporcional à gravidade da infração, observado o limite máximo de vinte e quatro horas. Parágrafo único. Na hipótese do *caput*, a cada descumprimento subsequente será duplicado o período de suspensão.

³⁷⁹BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. **Resolução nº 23.714, de 20 de outubro de 2022**. Dispõe sobre o enfrentamento à desinformação que atinja a integridade do processo eleitoral. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/legislacao/compilada/res/2022/resolucao-no-23-714-de-20-de-outubro-de-2022>. Acesso em: 28 nov. 2023.

A norma amplia a restrição do acesso ao conteúdo ao utilizar a suspensão do acesso à plataforma e de contas, perfis ou canais como instrumento para concretizar o *standard* de limitação de conteúdo. Logo, com fundamento no seu poder normativo, o TSE reitera que o controle ou moderação do discurso e de contas é essencial para conter o avanço e as ameaças imediatas da desinformação.

Em conclusão, simultaneamente, o TSE realiza abordagem de alfabetização midiática, que se materializa com a elaboração e publicação do “Guia básico de enfrentamento à desinformação. O guia explicita como a desinformação ameaça a estabilidade política, a visão objetiva dos fatos pelos eleitores, a contaminação do ambiente informativo e a erosão da confiança como um todo, os quais maculam o contexto democrático³⁸⁰.

O guia define e distingue a desinformação das *fake news*, ressalta a importância da sociedade no enfrentamento ao fenômeno e expõe mecanismos sobre como os eleitores podem identificar, se relacionar e combater a desinformação.

Neste percurso, o TSE também criou a Assessoria Especial de Enfrentamento à Desinformação, desenvolveu o Programa de Enfrentamento à Desinformação no Âmbito da Justiça Eleitoral, o Programa de Fortalecimento Institucional a partir da Gestão da Imagem da Justiça Eleitoral e mantém um canal de denúncias para atividades de desinformação, discurso de ódio, incitação à violência e disparo em massa de mensagens³⁸¹.

Diante da fragilidade regulatória do Brasil frente à desinformação nas mídias sociais, o TSE mantém uma postura firme, considerando o estado da arte no enfrentamento à desinformação, e condizente com a nossa cultura constitucional de responsabilidade pelos abusos cometidos no exercício da liberdade de expressão, conforme evidenciado acima, o STF tem reconhecido a constitucionalidade das manifestações do poder normativo do TSE no combate à desinformação.

Nessa senda, resta discutir as propostas apresentadas pela Presidência da República.

³⁸⁰BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. **Guia básico de enfrentamento à desinformação**. Brasília: Tribunal Superior Eleitoral, 2022. Disponível em: https://www.justicaeleitoral.jus.br/desinformacao/arquivos/Anexo_2177865_Guia_basico_de_enfrentamento_a_desinformacao_WEB_SEPREVOK.pdf. Acesso em 29 nov. 2023.

³⁸¹BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. **Sistema de Alerta**. Disponível em: https://www.justicaeleitoral.jus.br/desinformacao/arquivos/Anexo_2177865_Guia_basico_de_enfrentamento_a_desinformacao_WEB_SEPREVOK.pdf. Acesso em: 29 nov. 2023.

3.4 PROPOSTAS DA PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA

Os vieses de atuação da Presidência da República foram manifestados no governo atual, e desdobram-se na designação de atribuição para a Advocacia-Geral da União (AGU) e na criação da campanha #BrasilContraFake.

3.4.1 Atribuições da Advocacia-Geral da União

A Presidência da República editou o decreto nº 11.328, de 1º de janeiro de 2023³⁸², que aprovou a estrutura regimental e o quadro demonstrativo dos cargos em comissão e das funções de confiança da Advocacia-Geral da União e remaneja cargos em comissão e funções de confiança.

O Decreto institui no artigo 47, inciso II que:

Art. 47. À Procuradoria Nacional da União de Defesa da Democracia compete: [...] II - representar a União, judicial e extrajudicialmente, em demandas e procedimentos para resposta **e enfrentamento à desinformação sobre políticas públicas** (grifo nosso);

A disposição normativa não chega a instaurar um *standard* regulatório significativo ou um conjunto de medidas concretas contra a desinformação, apenas entrega a atribuição de representação da União à Procuradoria Nacional de Defesa da Democracia (PNDD), além disso, restringe-se ao enfrentamento da desinformação que atinja a percepção sobre as políticas públicas.

Contudo, a PNDD fez o primeiro uso desta atribuição ao pedir, judicialmente, a remoção de postagem no *Twitter/X* com conteúdo desinformativo sobre as vacinas³⁸³. Recentemente, atuou extrajudicialmente mediante pedido à Revista Oeste, para que publicasse direito de resposta da União, corrigindo a desinformação transmitida em canal do *Youtube* sobre as inundações ocorridas no Rio Grande do Sul³⁸⁴.

³⁸²BRASIL. Presidência da República. **Decreto nº 11.328, de 1º de janeiro de 2023**. Aprova a Estrutura Regimental e o Quadro Demonstrativo dos Cargos em Comissão e das Funções de Confiança da Advocacia-Geral da União e remaneja cargos em comissão e funções de confiança. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2023-2026/2023/decreto/D11328.htm. Acesso em: 29 nov. 2023.

³⁸³BRASIL. Advocacia-Geral da União. **AGU pede remoção de postagem que espalha desinformação sobre vacinas no Twitter**. 2023. Disponível em: <https://www.gov.br/agu/pt-br/comunicacao/noticias/agu-pede-remocao-de-postagem-que-espalha-desinformacao-sobre-vacinas-no-twitter>. Acesso em 29 nov. 2023.

³⁸⁴BRASIL. Advocacia-Geral da União. **AGU pede direito de resposta por desinformação sobre inundações no Rio Grande do Sul**. 2023. Disponível em: <https://www.gov.br/agu/pt-br/comunicacao/noticias/agu-pede-direito-de-resposta-por-desinformacao-sobre-inundacoes-no-rio-grande-do-sul>. Acesso em: 29 nov. 2023.

A AGU também chegou a promover o curso “Democracia e combate à desinformação”³⁸⁵.

A AGU, através da PNDD, nas suas primeiras atuações no combate ao fenômeno tem associado sua visão às perspectivas tradicionais, já incorporadas no cotidiano jurisdicional, de remoção de postagens e direito de resposta, dando os primeiros passos no fomento a alfabetização midiática.

3.4.2 A campanha #BrasilContraFake

A campanha #BrasilContraFake é uma campanha publicitária proposta pela Presidência da República, através da Secretaria de Comunicação social da Presidência da República.

A proposta não implementa e nem interfere em qualquer parâmetro regulatório, destina-se apenas a provocar a conscientização social sobre os problemas e danos gerados pela desinformação, para tanto, utiliza-se de manchetes e, até o momento, de quatro peças audiovisuais (curtas) hospedadas no *Youtube*³⁸⁶.

Parte do conteúdo informativo, também não chega a fomentar a alfabetização midiática, porque não promove a criação do senso crítico sobre a utilização das aplicações ou sobre o consumo de notícias, mas, se reduz a fornecer instruções sobre como realizar denúncias *on-line*³⁸⁷ nas seguintes plataformas: *Instagram*; *Facebook*; *Linkedin*; *Kwai*; *Twitter/X*; *TikTok*; *Youtube*; *WhatsApp*; e *Telegram*.

Dentre as atuações do Poder Público analisadas nesta pesquisa, as medidas projetadas pela Presidência da República, contra a cultura da desinformação nas mídias sociais, são as mais escassas, porque não possui caráter propositivo e de interferência no modelo regulatório, até mesmo a definição do fenômeno apresenta-se de maneira anacrônica, utilizando os termos *fake news* e notícias falsas de modo intercambiável, sem considerar as outras espécies fraudulentas contidas na desinformação.

³⁸⁵BRASIL. Advocacia-Geral da União. **Conquistas da democracia devem ser defendidas, diz advogado-geral da União**. 2023. Disponível em: <https://www.gov.br/agu/pt-br/comunicacao/noticias/conquistas-da-democracia-devem-ser-defendidas-diz-advogado-geral-da-uniao>. Acesso em: 29 nov. 2023.

³⁸⁶BRASIL. Secretaria de Comunicação Social. **Quem espalha fake news espalha destruição**. 2023. Disponível em: <https://www.gov.br/secom/pt-br/fatos/brasil-contrafake/quem-espalha-fake-news-espalha-destruicao-1>. Acesso em 29 nov. 2023.

³⁸⁷BRASIL. Secretaria de Comunicação Social. **Como denunciar Fake News**. 2023. Disponível em: <https://www.gov.br/secom/pt-br/fatos/brasil-contrafake/como-denunciar-fake-news-1>. Acesso em: 29 nov. 2023.

3.5 A AGENDA BRASILEIRA NO COMBATE À CULTURA DA DESINFORMAÇÃO NAS MÍDIAS SOCIAIS: EXTRAÇÃO, PREDIÇÃO E INTERVENÇÃO

Assim como as vias das aplicações do ciberespaço extraem dados dos usuários que nele transitam, o percurso trilhado pela pesquisa, as discussões, os documentos e as demais manifestações do Poder Público, no Brasil, nos fornecem dados sobre as suas perspectivas para o combate à cultura da desinformação nas mídias sociais.

O prisma regulatório brasileiro precisa ser balanceado com o funcionamento da infraestrutura digital baseada em plataforma e com a nossa cultura constitucional. A análise revela como a definição dos parâmetros regulatórios traduzem a nossa identidade em enfrentar o problema.

Neste aspecto, a investigação é pertinente para promover a reflexão sobre o fenômeno, porque há muitas razões para acreditar que o Direito tradicional não funciona, tão plenamente, quando aplicável no ambiente informacional do ciberespaço.

Mais que a análise do ambiente, a compreensão sobre a atuação dos *gatekeepers* sobre o modelo regulatório também é essencial, a efetividade dos parâmetros regulatórios depende da aderência com a realidade.

O enfrentamento é, fundamentalmente, prejudicado se somente o Poder Público enxergar a ilicitude das práticas associadas à desinformação, porque os usuários e as empresas podem expor diversos motivos para esvaziar a proposta, como a censura, e criar meios para contornar a regulação, desse modo, apesar da expressiva massa do Estado, as forças gravitacionais³⁸⁸ operadas por outros *nodes* pode superá-la. Por isso, é fundamental incutir a distribuição da responsabilidade, frente à desinformação, entre os *gatekeepers*.

A análise reforça a significância dos aspectos regulatórios para os usuários racionais, visto que apesar das vantagens criadas pela Quarta Revolução Industrial e pela hegemonia das mídias sociais, as inovações também geraram diversos riscos, os quais precisam ser gerenciados.

Destarte, podemos extrair que é importante compreender as fronteiras da desinformação e as implicações do “código” no cenário regulatório, e que esta interpretação está presente, principalmente, nas deliberações sobre o PL 2630/2020 e na atuação do STF e do TSE.

Considerando o quadro brasileiro, os *standards* estruturantes precisam advir da manifestação do Poder Legislativo.

³⁸⁸MURRAY, Andrew D. Nodes and Gravity in Virtual Space. *Legisprudence*, 5:2, p. 195-221, 2011. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.5235/175214611797885684>. Acesso em: 27 abr. 2023.

O Poder Judiciário, quando demandado, procede para dar uma resposta imediata aos problemas gerados pela desinformação, e sob a óptica da eficiência, ainda não temos respostas concretas sobre qual medida regulatória é mais satisfatória em momentos de crise, o que não impede de concluir que as melhores alternativas se dão no tratamento do tema a longo prazo, como ocorre na alfabetização midiática ou digital.

Entretanto, é sensato ter uma visão crítica sobre as medidas impostas, porque permite reconhecer os seus riscos, e ter zelo para que não gere consequências mais gravosas do que as causas que visa combater, e nem acreditar na infalibilidade da intervenção.

Em razão do conceito de ubiquidade da internet, a efetividade da justiça e das medidas regulatórias, em muitos casos, dependerá do aperfeiçoamento da cooperação jurídica internacional.

Levando em consideração esses dados, podemos iniciar o procedimento de predição.

Primeiramente, percebe-se que um modelo sedimentado, como parâmetro legal, ainda é incerto, porque no auge da deliberação do tema, nos trâmites legislativos do PL 2630/2020, os resultados foram (em certa medida) opostos.

A conclusão do Senado Federal foi de não adotar medidas tão coercitivas, sobretudo, em relação à desinformação, enquanto a proposta atual, na Câmara dos Deputados, apresenta esforços mais interventivos contra os provedores de aplicações, porém, ainda não foi votada.

Nesse ínterim, o PL 2630/2020 continua a sofrer pressão dos usuários e, principalmente, das plataformas, que não consideram interessante este avanço regulatório sobre a sua fortificação.

Na jurisprudência do STF, é previsível que o combate à desinformação continue a acontecer, e que a interpretação de uma eventual liberdade de expressão plena venha a perder espaço para a tutela mais equilibrada de outros direitos e garantias, como o direito difuso à informação, à integridade eleitoral e à cultura democrática.

Por mais que os casos recentes de enfrentamento à desinformação, no STF, tenham se concentrado na atuação do Ministro Alexandre de Moraes, o Plenário já ratificou a adequação deste posicionamento, ao declarar a constitucionalidade da instauração do Inquérito nº 4.781/DF³⁸⁹.

³⁸⁹BRASIL. Supremo Tribunal Federal. **Plenário conclui julgamento sobre validade do inquérito sobre fake news e ataques ao STF**. 2020. Disponível em: <https://portal.stf.jus.br/noticias/verNoticiaDetalhe.asp?idConteudo=445860&ori=1>. Acesso em: 03 dez. 2022.

Dentre as manifestações do Poder Público no Brasil, o TSE preserva a postura mais firme e assertiva, tanto na compreensão da desinformação, quanto na adoção de expedientes concretos contra ela, por isso, se prevê que continue se aperfeiçoando.

Inversamente, a Presidência da República tem atuado de maneira bem incipiente, considerando as implicações do fenômeno e o contexto do ciberespaço. Tendo em vista a estrutura organizacional sob sua gestão, o Ministério da Educação e o Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação poderiam ser mais bem aproveitados para a implementação de políticas públicas e para o reforço no enfrentamento à desinformação.

A predição, no Capitalismo de Vigilância³⁹⁰, só é útil como meio para alcançar alguma finalidade, neste caminho, a efetividade (aqui) é conseguir limitar ou coibir o comportamento humano relacionado à desinformação.

Logo, quando o contexto que fundamenta a regulação muda, ou deixa de ser favorável, é preciso intervir na reformulação e redirecionamento das medidas, a propósito, é ideal que tais medidas sejam moduláveis, porque há grandes chances de o Direito ser ultrapassado pela tecnologia³⁹¹, porque as plataformas têm o poder de reestruturar ou de esvaziar o Direito.

O ciberespaço e suas aplicações desenvolveram um ambiente de trânsito de informações, mas não é um trânsito qualquer, por exemplo, não dá para aplicar as mesmas regras de uma publicidade panfletada para os anúncios publicitários destas plataformas, é indispensável levar em consideração o poder do “código” e como os usuários e empresas interagem sobre ele.

Nas propostas regulatórias do Brasil, muitas intervenções se concretizam em exigências de *compliance* para os provedores, contudo, é preciso se resguardar da possibilidade dessa abordagem se transformar em uma atividade meramente performativa³⁹² e simbólica.

Assim como outros problemas do comportamento humano, a desinformação nas mídias sociais não será eliminada por completo, em compensação, os perigos exigem que a cultura atual seja controlada e não se alastre.

Mais do que uma reestruturação dos meios publicitários, o Capitalismo de Vigilância provoca a remodelação dos arranjos econômicos, sociais, políticos, culturais e jurídicos³⁹³, cuja

³⁹⁰ZUBOFF, Shoshana. **A era do Capitalismo de Vigilância**: a luta por um futuro humano na nova fronteira do poder. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2021. *E-book*.

³⁹¹REIDENBERG, Joel R. Lex informatica: The formulation of information policy rules through technology. **Texas Law Review**, v. 76, p. 553-594, 1998. Disponível em: https://ir.lawnet.fordham.edu/faculty_scholarship/42/. Acesso em: 13 abr. 2023.

³⁹²COHEN, Julie E. From Lex Informatica to the Control Revolution. **Berkley Technology Law Journal**, v. 36, n.3, 2022. Disponível em: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3854219. Acesso em: 28 set. 2023.

³⁹³*Ibid.*

tutela tem oposto dificuldades, portanto, é necessário refletir sobre novos modelos e novos *standards*. É necessário autoanálise, senão, a inércia do Estado será sobrescrita pelo código de mercado e pelos seus algoritmos.

O PL 2630/2020 foi (e é) um meio para um fim, afastar-se disso é minar a efetividade da resposta, é vital enxergar além do básico, em perceber o Direito como recurso de inovação.

No quadro do ciberespaço, se tudo for espaço para publicidade, não sobrá lugar para os direitos e garantias e o caminho estará livre para a desinformação, isso não significa que não é possível reconfigurar a licitude do novo sistema publicitário dentro da esfera do Direito, e sim que não dá para combater a desinformação sem afetar a atual infraestrutura das plataformas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

As decisões humanas no processo de criação, desenvolvimento e utilização das tecnologias nos conduziu até a Quarta Revolução Industrial. A evolução do mundo digital também culminou na hegemonia de grandes empresas de tecnologia, que souberam se apropriar das inovações para criar um ecossistema extremamente rentável, a base para o Capitalismo de Vigilância.

O Capitalismo de Vigilância retratou o imperativo econômico fundamentado na subtração da experiência humana *on-line* para a composição de dados e conversão em receitas de publicidade, os provedores de mídias sociais e das ferramentas de busca souberam explorar as oportunidades para evoluir no mercado e solidificar os seus modelos de negócio.

Ao se afirmarem, as plataformas passaram a constituir verdadeiras estruturas de governança privada e, sendo assim, relevantes no gerenciamento de riscos sociais. Se, por um lado, a sua evolução criou atalhos comerciais para a venda de produtos e de ideias, por outro, a mesma infraestrutura pôde ser utilizada para violar direitos.

A acurácia da publicidade segmentada demandou, paulatinamente, a intervenção na autonomia dos usuários nas aplicações, e passou das meras sugestões às práticas de modificação comportamental.

Nesta lógica, se a utilização do código, ou das suas criações algorítmicas conseguem êxito na publicidade, foi perceptível que as vias também poderiam ser assenhoradas para converter eleitores, difundir ideologias e propagar o caos.

Diante disso, imediatamente, as aplicações serviram de base para as práticas associadas a um novo fenômeno intitulado de *Fake News*. Com o desenvolvimento de investigações mais minuciosas, passou-se a perceber que a questão não se limitava à falsidade objetiva das informações, mas que, a carga subjetiva-intencional era a origem do problema, e poderia se manifestar de diversas formas, e que essa pluralidade é melhor representada pelo termo desinformação.

Consequentemente, considerando todos esses dados, a pesquisa propôs que o fundamento para a intervenção regulatória deve partir da óptica da fraude.

Associando a óptica da fraude, a sua operabilidade nas aplicações e o enquadramento jurídico, apontou-se a classificação taxonômica das condutas relacionada à desinformação, nos seguintes termos: informações ou mensagens fraudulentas sem base factual, quando a notícia disseminada não tem suporte na realidade objetiva dos fatos e o autor busca, intencionalmente, enganar o interlocutor com um fato “novo” inexistente; informações ou mensagens fraudulentas

por distorção, ocorre na ocasião em que o disseminador distorce a apresentação dos fatos, que realmente aconteceram, para manipular a interpretação do interlocutor, instigando-o a chegar a uma conclusão falsa, sem aderência aos fatos; a fraude informacional por difusão, quando a fraude não está na manipulação do conteúdo da mensagem, em si, mas em utilizar recursos das aplicações do ciberespaço para impulsionar a relevância ou aparência de supremacia de uma mensagem que contenha desinformação.

Em suma, a classificação foi importante para compreender a gravidade das práticas associadas à desinformação e que é necessário distinguir as mensagens falsas (desprovidas da má-fé do autor) das mensagens fraudulentas (baseadas na intenção lesiva). Esta delimitação associa-se à percepção internacional sobre o fenômeno, respectivamente, visto como *misinformation* e *disinformation*.

Nessa senda, constatou-se que o TSE aborda a questão de modo a abranger essas espécies de desinformação, em que pese não adotar a mesma nomenclatura, percebe-se que possui a compreensão mais assertiva do fenômeno. Em seguida, o STF também interpreta a desinformação dentro dos limites apresentados na pesquisa. O PL 2630/2020 também vislumbra a precisão técnica do termo desinformação, em contrapartida, as campanhas publicitárias propostas pela Presidência da República ainda tratam o fenômeno pela simplória visão de falsidade, através da campanha #BrasilContraFake.

Não obstante, verificou-se que a desinformação não é um fenômeno autônomo e que tem vida própria, visto que ela só existe porque os nós (*nodes*) presentes no ciberespaço a reforçam. Os nós construídos pela lógica algorítmica criam ciclos nocivos de *feedback* que favorecem a monetização do conteúdo desinformativo, o engajamento em função da “tribalização” e polarização dos usuários e o impulsionamento do alcance da mensagem, que pode dificultar as estratégias de moderação de conteúdo.

Enquanto isso, a atuação dos *nodes*, que representam os *gatekeepers* das aplicações, revela como a cultura da desinformação é utilizada como estratégia para a conformação de vieses cognitivos ou de dominação dos usuários cooptados pelas mensagens.

A incorporação de tais práticas como cultura, tem gerados diversos riscos e danos à direitos individuais e difusos *on-line* e *off-line*.

Conquanto, a assimilação cultural da desinformação não deriva de relações clandestinas, o Capitalismo de Vigilância é perspicaz em figurar traços de legitimidade nas relações jurídicas que, nesse caso, são realizados pelos “incontratos”, materializados nos termos e políticas das plataformas.

Analisou-se que os termos e políticas do *Google* são muito frágeis em relação ao combate à desinformação, a empresa não demonstra interesse próprio-real em enfrentar o problema. Diferentemente, a *Meta* e o *Twitter/X* dispõem sobre regras contra à desinformação nas suas aplicações. A *Meta* investe em medidas de redução de alcance, verificação de fatos por agências terceirizadas e rotulagem de conteúdo. O *Twitter/X* elabora estratégias semelhantes à *Meta*, mas, entrega a verificação de fatos aos próprios membros da comunidade, previamente credenciados para realizar tais atividades.

De todo modo, há um desinteresse geral das plataformas em experimentar as investidas regulatórias do Estado, o *Google* se projeta de maneira isolada no cenário, resistindo a qualquer influência de mercado. A *Meta* implanta medidas de *compliance* porque isso é favorável à imagem da empresa perante o mercado e aos anunciantes, enquanto o *Twitter/X* demonstra uma postura mais liberal e desprendida das influências de publicidade, se associa ao favorecimento da pluralidade de ideias, um *proxy* da teoria do mercado livre de ideias.

O combate à desinformação, nessas estruturas de governança, refletiu como os espaços privados são importantes na salvaguarda de direitos públicos, e como o regime adotado reflete a concepção sobre a liberdade de expressão.

Examinou-se que as agendas construídas para o enfrentamento à desinformação, invariavelmente, resultarão na regulação do discurso, que deverá ser orientado pelas pré-compreensões compartilhadas pelos membros da sociedade.

Neste cenário, investigou-se como o significado compartilhado de liberdade de expressão o compõe como paradigma constitucional, o que nos guiou a explorar o histórico-constitucional brasileiro até as interpretações mais recentes.

Foi analisado que a cultura constitucional brasileira, por mais que aprecie a liberdade de expressão, não a compreende como direito irrestrito, e em posição preferencial a outros direitos igualmente relevantes, como o direito difuso à informação, à privacidade, a saúde pública e a integridade do processo eleitoral.

Ademais, as transformações na esfera digital caracterizaram a relação triangular da liberdade de expressão, que deixou de ser uma relação dual entre o regulado e o Estado, para incorporar os detentores da infraestrutura privadas, como as empresas de tecnologia.

Com a inserção das plataformas na relação, a disputa entre o significado da liberdade de expressão e, logicamente, dos limites impostos ao enfrentamento da desinformação nas mídias sociais, passou a ser uma oposição de forças entre o Público e o privado, entre a liberdade e o risco de censura.

Além do mais, observou-se que as plataformas digitais buscam manter as suas fortificações e intentar o rompimento de barreiras transfronteiriças, com a exportação das suas visões de mundo, mormente com a difusão de ideias que lhe são mais favoráveis, como o esforço narrativo para expandir a visão estadunidense da primeira emenda à Constituição dos EUA, que permite a posição preferencial da liberdade de expressão e a interpretação e valorização do mercado livre de ideias. Nesse aspecto, constatou-se que o sistema brasileiro não possui correspondência com a visão estadunidense de liberdade de expressão, conquanto, se aproxima mais do modelo alemão.

Com isso, a visão neoliberal funciona como reforço do poder autorregulatório das grandes empresas, que é traduzida no triunfo narrativo de que a regulação é antagonista da liberdade de expressão, e que qualquer medida concebida fora da esfera privada é censura.

Desse modo, a oposição entre as forças públicas e privadas caracteriza três possibilidades, nos modelos de: autorregulação; regulação direta pelo Estado; e autorregulação regulada.

Na luta contra a desinformação, os modelos incorporam *standards* regulatórios, cuja concepção deve estar condizente com a cultura constitucional, ter aderência com a infraestrutura digital baseada em plataforma e serem efetivos na produção dos efeitos almejados.

Os parâmetros regulatórios mais usuais são as intervenções para a limitação de discurso e a adição de informações. A limitação do discurso foi compreendida como instrumento conservador, pensado como meio natural para conter a disseminação de desinformação, o grande problema é estar sujeita à ocorrência de efeito *streisand* e *backfire*, os quais ao invés de limitar a propagação da mensagem podem tanto aumentar a curiosidade e, assim, a procura pela notícia, quanto instigar o engajamento pessoal na disseminação da mensagem, resultando em maior atenção para o seu conteúdo.

A adição de informações, que pode ser concretizada com a incorporação de contexto ou rotulagem, é uma medida menos ofensiva à liberdade de expressão, entretanto, é prejudicada pela automatização do funcionamento das plataformas, que não valoriza o comportamento autônomo-racional. Além disso, possui eficácia limitada em função dos vieses psicológicos que guiam a percepção das informações pelo usuário, especialmente, o viés de confirmação e a identidade cultural da pessoa com determinada tribo ou grupo, o *standard* também está sujeito ao efeito *backfire*.

Por conseguinte, a par de outros *standards* mais flexíveis como os códigos de conduta até os mais graves como a criminalização das ações associadas à desinformação, o parâmetro

mais promissor equivale às estratégias de empoderamento individual, como a alfabetização midiática ou digital.

A debilidade da alfabetização digital ou midiática é depender de um comprometimento regulatório contínuo, visto que é uma estratégia pensada a longo prazo, cuja eficiência depende da sua manutenção como política pública na agenda estatal, e que conte com o auxílio dos entes privados. Subsidiariamente, a efetividade da medida está sujeita à transformação da infraestrutura das plataformas para um quadro de valorização da autonomia do usuário, visto que a estrutura atual é baseada na modificação de comportamento e no consumo automatizado.

A discussão e a avaliação dos impactos do Capitalismo de Vigilância nas aplicações do ciberespaço e, por consequência, no reordenamento social e jurídico, bem como a análise da colisão das forças regulatórias, representativas de interesses públicos e privados sobre a definição de parâmetros no combate à desinformação, possibilitou a investigação crítica da atuação do poder público brasileiro contra o fenômeno.

Constatou-se que a principal resposta regulatória, em potencial, é representada pelo PL 2630/2020. No entanto, a proposta mais latente ainda acoberta uma grande incerteza sobre o modelo regulatório brasileiro a ser adotado frente à desinformação.

O exame da tramitação legislativa do PL 2630/2020 permitiu atestar, particularmente, que: o Poder Legislativo ainda não possui consenso sobre o tema; a liberdade de expressão ainda é um tabu diante das propostas de regulação; que as grandes empresas provedoras de aplicações possuem grande influência no mercado e na construção e disseminação de narrativas que reforcem os seus interesses; a regulação se sustenta em quadros jurídicos tradicionais; a compreensão sobre a desinformação não está totalmente alheia à agenda legislativa, o grande problema reside na morosidade e como a pressão dos *gatekeepers* tem retardado uma resposta conclusiva; e o projeto sofreu bastante influência do modelo regulatório da União Europeia.

A redação atual do PL 2630/2020 revela que as investidas regulatórias contra a desinformação adquiriram outras proporções, que a proposta foi estendida para um fim maior, de criar normas que valorizem a liberdade, a responsabilidade e a transparência na internet. Atualmente, por ingressar na esfera autorregulatória das plataformas — propondo um modelo de autorregulação regulada—, o projeto começa a se contrapor a algumas bases do Capitalismo de Vigilância, mormente, à falta de transparência dos seus recursos, ao sistema de expropriação de dados para a publicidade microdirecionada e a fuga ou imunidade de responsabilidade das plataformas digitais.

Como existe a expectativa de que, após a votação da Câmara de Deputados, o projeto retorna à casa iniciadora (Senado Federal) para a apreciação, a transformação do projeto em lei,

incluindo as suas vantagens e desvantagens, é uma questão duvidosa, notadamente porque o produto de cada casa demonstrou que possuem caminhos e interpretações opostas.

Paralelamente, a participação das plataformas digitais no debate sobre o projeto evidenciou que o imperativo econômico-estrutural do Capitalismo de Vigilância é fundamental para a composição das receitas da plataforma, e que, logicamente, discordam de qualquer tentativa que busque alterar esta configuração.

Que as empresas defendem a visão neoliberal de autogestão das forças do mercado, as quais devem legitimar o seu poder autorregulatório na solução dos problemas presentes nas suas aplicações. Para tanto, manifestaram o repúdio à desinformação, mas, preferem que a tomada de decisões sobre os parâmetros regulatórios ocorra por conta própria e, no máximo, através de medidas de autocomposição.

Também se verificou que as empresas projetam os seus prejuízos nos usuários, pequenas e médias empresas, como recurso argumentativo para seduzir a atenção do público.

Com base na lacuna legislativa, as circunstâncias nos indicam que as consequências da desinformação ainda recairão sobre as atividades do Poder Judiciário, demandando o aprimoramento da sua atuação e a efetividade das respostas.

Todavia, a atuação do Poder Judiciário é limitada porque, geralmente, se exige uma resposta repressiva, imediata e concreta em relação a determinado caso, tudo isso limita o emprego de *standards* e, por isso, provavelmente adotará medidas mais tradicionais, cuja efetividade no controle da desinformação é incerta.

Ademais, a ausência de parâmetro legal específico para combater a desinformação gera um ambiente vulnerável aos eventuais excessos do Poder Judiciário que, caso ocorram, a sua reprovação será incorporada em argumentos para esvaziar ainda mais as propostas regulatórias, em favor dos interesses das plataformas e de usuários alinhados a este pensamento, criando um ciclo nocivo de *feedback* sobre o tema.

A despeito disso, analisou-se que o STF e o TSE, nos limites de suas competências, têm enfrentado a questão, com o reconhecimento da ilicitude das ações de desinformação nas mídias sociais e a promoção de estudos para a compreensão e discussão sobre o fenômeno.

Na atuação jurisdicional, têm interpretado que a liberdade de expressão não goza de posição preferencial no ordenamento jurídico brasileiro que justifique a lícitude das ações de desinformação, logo, visa harmonizar a liberdade de expressão com a experimentação regulatória da desinformação.

No âmbito do Poder Executivo Federal, a abordagem empregada pela Presidência da República é precária, visto que poderia fazer melhor utilização da estrutura dos seus ministérios,

principalmente, para a gestão e operacionalização de políticas públicas, como o fomento à educação, à pesquisa e à inovação relativas ao enfrentamento à desinformação, ou até mesmo, de outros fatores mais genéricos que afetam o ambiente *on-line*.

Nesse contexto, figura-se como alternativa apropriada, o impulsionamento das ações de ensino, pesquisa e extensão das instituições que compõem a rede federal, como os Institutos e Universidades Federais, na oferta de atividades de conscientização, de formação, ou capacitação que contribuam para a efetividade da alfabetização midiática e do enfrentamento à desinformação.

Além da nuance de dificuldades impostas pelo funcionamento das aplicações no ciberespaço na regulação da desinformação, o Brasil deve enfrentar o problema das desigualdades sociais e regionais, que aprofundam a clivagem digital da população. É difícil acreditar no êxito das propostas de alfabetização midiática, enquanto uma parcela considerável de pessoas está à margem do acesso adequado às tecnologias da informação e comunicação, e este grupo está mais vulnerável à manipulação e à insegurança *on-line*.

Diante disso, percebemos que o Direito continua percorrendo a fita de *Möbius*, no rastro para alcançar a inovação, e como um continuum ciclo de *feedback*, nos curvamos à velha disputa regulatória entre ciberlibertários e ciberpaternalistas, em que pese não estarmos tão concentrados na (im) possibilidade de regulação, e sim na (in) efetividade.

Mediante o exposto, concluiu-se que a agenda brasileira no combate à desinformação nas mídias sociais começou a ser formulada, contudo, ainda não há consenso sobre os parâmetros regulatórios a serem incorporados nas tomadas de decisão, e nem quando serão implementados, diante do cenário global e da importância do mercado interno para os provedores de aplicação, o Brasil precisa definir um modelo de regulação — que deverá ser criado por lei— para guiar a atuação harmônica e efetiva do poder público frente às consequências da desinformação. Enquanto isso não ocorre, seguimos dependentes da técnica da integração do Direito e da crença de que o Poder Judiciário, fundamentado na inafastabilidade de jurisdição, possa controlar os danos gerados pelas ações de desinformação. Na perspectiva jurídica, para além da analogia, nos cabe perceber o Direito como recurso de inovação, refletir e investir em novos quadros e novos modelos regulatórios compatíveis com fenômenos sem precedentes (como a desinformação), sem ignorar a própria identidade e a cultura constitucional.

Desse modo, no contexto do combate à desinformação, a regulação das mídias sociais deve significar a construção de limites: ao poder das estruturas de governança privada das grandes empresas de tecnologia; e às disfunções geradas por suas aplicações. Caso isso não

ocorra, as forças do mercado serão capazes de sobrescrever o Direito e corroer os direitos e garantias fundamentais, assim como fizeram com a concorrência ao longo do tempo. Portanto, conclui-se que não há como combater a desinformação sem enfrentar o poder do mercado, o modelo de negócio das plataformas e, por fim, o Capitalismo de Vigilância.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AMATO, Lucas Fucci. Fake News: regulação ou metarregulação? **Revista de Informação Legislativa**: RIL, Brasília, 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. Acesso em: 25 abr. 2023.
- ANDRADE, Gustavo Henrique Baptista. Liberdade de Expressão, Estado de Direito e Democracia. *In*: EHRHARDT JÚNIOR, Marcos; LOBO, Fabíola Albuquerque; ANDRADE, Gustavo. (coord.). **Liberdade de expressão e relações privadas**. Belo Horizonte: Fórum, 2021.
- AQUINO JÚNIOR, Geraldo Frazão de. Liberdade de expressão nas redes sociais e responsabilização dos provedores. *In*: EHRHARDT JÚNIOR, Marcos; LOBO, Fabíola Albuquerque; ANDRADE, Gustavo. (coord.). **Liberdade de expressão e relações privadas**. Belo Horizonte: Fórum, 2021.
- BAADE, Björnstjern. Fake News and International Law. KFG Working Paper Series, n.18, **Berlin Potsdam Research Group “The International Rule of Law – Rise or Decline?”**, Berlin, 2018. Disponível em: <https://d-nb.info/1217812830/34>. Acesso em: 23 abr. 2023.
- BADARÓ, Gustavo Henrique. **Manual dos recursos penais**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2016.
- BALKIN, Jack M. Digital speech and democratic culture: A theory of freedom of expression for the information society. **New York University Law Review**, v. 79, p. 2, 2004. Disponível em: http://digitalcommons.law.yale.edu/fss_papers/240/. Acesso em: 14 abr. 2023.
- _____. Free speech is a triangle. **Columbia Law Review**, 2018. Disponível em: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3186205. Acesso em: 25 set. 2023.
- BERMAN, Paul Schiff. **Law and Society Approaches to Cyberspace**. Ashgate publishing, 2007. Disponível em: https://scholarship.law.gwu.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1085&context=faculty_publications. Acesso em: 14 abr. 2023.
- BRASILEIRO, Felipe Sá; AZEVEDO, Jade Vilar de. Novas práticas de linchamento virtual: fachadas erradas e cancelamento de pessoas na cultura digital. **Revista latinoamericana de ciências de la comunicación**. São Paulo, v.19, n.34, p. 80-91 mai./ago. 2020. Disponível em: <http://revista.pubalaic.org/index.php/alaic/article/view/640>. Acesso em: 15 abr. 2023.
- CANOTILHO, José Joaquim Gomes. Sobre a indispensabilidade de uma Carta de Direitos Fundamentais Digitais da União Europeia. **Revista do Tribunal Federal da 1ª Região**. Brasília, v.31, n.1, p. 69-75, 2019. Disponível em: <http://trf1.emnuvens.com.br/trf1/issue/view/3>. Acesso em: 16 abr. 2023.
- CARVALHO NETTO, Menelick de; SCOTTI, Guilherme. **Os direitos fundamentais e a (in) certeza do Direito**: a produtividade das tensões principiológicas e a superação do sistema de regras. 2 ed. Belo Horizonte: Fórum, 2020.

COHEN, Julie E. Tailoring Election Regulation: The Platform Is the frame. **4 Georgetown Law Technology Review**, v4, p.641-663, 2020. Disponível em: <https://scholarship.law.georgetown.edu/facpub/2537/>. Acesso em: 28 set. 2023.

_____. From Lex Informatica to the Control Revolution. **Berkley Technology Law Journal**, v. 36, n.3, 2022. Disponível em: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3854219. Acesso em: 28 set. 2023.

_____. Infrastructuring the Digital Public Sphere. **25 Yale J. L & Tech.** [forthcoming], 2023. Disponível em: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=4434201. Acesso em: 28 set. 2023.

COSTA, Alexandre Bernardino; TORRACA, Lia Beatriz Teixeira. Os desafios da era da antropofagia democrática: os humanos digitais e a atualidade da Declaração Universal dos Direitos Humanos. **Arquivo Jurídico**. Teresina, v.5, n.1, p.20-39, jan./jun. 2018. Disponível em: <https://revistas.ufpi.br/index.php/raj/article/view/8450>. Acesso em: 26 set. 2023.

COUNTS, Aisha; LEVINE, Jesse. By Turning Twitter Into X, Elon Musk Risks Killing Billions in Brand Value. **Time**. 2023. Disponível em: <https://time.com/6297303/twitter-x-rebrand-cost/>. Acesso em: 04. dez. 2023.

DALLARI, Dalmo de abreu. **Ética**. Livro de domínio público, 2003. *E-book*.

DAROS, Gabriel. Frances Haugen, do Facebook Papers: 'Meta não protege eleições no Brasil'. **Tilt Uol**. São Paulo: 2020. Disponível em: <https://www.uol.com.br/tilt/noticias/redacao/2022/07/06/frances-haugen-do-facebook-papers-meta-nao-protege-eleicoes-no-brasil.htm>. Acesso em: 01 dez. 2023.

DWORKIN, Ronald. **O império do Direito**. Tradução: Jeferson Luiz Camargo. 3 ed. São Paulo: Martins Fontes, 2014.

EXAME. **Políticos podem mentir em anúncios no Facebook, defende Mark Zuckerberg**. Disponível em: <https://pt-br.facebook.com/business/help/488043719226449?id=434838534925385>. Acesso em: 26 jun. 2023.

FARIAS, Cristiano Chaves de; BRAGA NETTO, Felipe; ROSENVALD, Nelson. **Manual de Direito Civil**: volume único. 2 ed. Salvador: JusPodivm, 2018.

FARIAS, Inez Lopes Matos Carneiro de. **A Proteção do Consumidor Internacional no Comércio Internacional Eletrônico**. 2002. Dissertação (Mestrado em Direito) – Faculdade de Direito, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2022.

FERRAJOLI, Luigi. **Direito e razão**: teoria do garantismo penal. Tradução de Ana Paula Zomer Sica; Fauzi Hassan Choukr; Juarez Tavares; Luiz Flávio Gomes. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014.

FRAZÃO, Ana; MEDEIROS, Ana Rafaela. Responsabilidade civil dos provedores de internet: a liberdade de expressão e o art.19 do Marco Civil. *In*: EHRHARDT JÚNIOR,

Marcos; LOBO, Fabíola Albuquerque; ANDRADE, Gustavo. (coord.). **Liberdade de expressão e relações privadas**. Belo Horizonte: Fórum, 2021.

GRAGNANI, Juliana. Como identificar os diferentes tipos de fakes e robôs que atuam nas redes. **BBC News Brasil**, 2017. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-42172154>. Acesso em: 27 abr. 2023.

HELM, Rebecca K; NASU, Hitoshi. Regulatory Responses to Fake News and Freedom of Expression: Normative and Empirical Evaluation. **Human Rights Law Review**. vol. 21, p. 302-328, 2021. Disponível em: <https://academic.oup.com/hrlr/article/21/2/302/6129940>. Acesso em: 22 abr. 2023.

HOFFMAN-RIEM, Wolfgang. **Teoria Geral do Direito Digital: transformação digital: desafios para o direito**. 2 ed. Rio de Janeiro: Forense, 2022.

INGRAM, Mathew. How much do Google and Meta owe publishers? Twelve billion dollars, a new study says. **Columbia Journalism Review**. 2023. Disponível em: https://www.cjr.org/the_media_today/google_meta_owe_publishers_columbia_study.php. Acesso em 16 dez. 2023.

JANKOWICZ, Nina. **How to Lose The Information War: Russia, Fake News, and the Future of Conflict**. London: I. B. Tauris, 2020.

JANKOWICZ, Nina; HUNCHAK, Jillian; PAVLIUC, Alexandra; DAVIES, Célia; PIERSON, Shannon; KAUFMANN, Zoe. **Malign Creativity: how gender, sex and lies are weaponized against women online**. Washington: Wilson Center; Science and Technology Innovation Program, 2021. Disponível em: <https://www.wilsoncenter.org/publication/malign-creativity-how-gender-sex-and-lies-are-weaponized-against-women-online>. Acesso em: 03 nov. 2023. *E-Book*.

JUNKERT, Frederico Gonçalves. Fake News and 2018 Brazilian Presidential Election. *In*: MORAIS, Carlos Branco de; MENDES, Gilmar Ferreira; VESTING, Thomas. **The Rule of Law in Cyberspace: Law, Governance and Technology Series v.49**. Springer, 2022.

KLUGER, Jeffrey. Accidental poisonings increased after President Trump's disinfectant comments. **Time**. 2020. Disponível em: <https://time.com/5835244/accidental-poisonings-trump/>. Acesso em: 11 nov. 2023.

KUHN, Thomas S. **O caminho desde A Estrutura: ensaios filosóficos**. Tradução: Cesar Mortari. São Paulo: Editora UNESP, 2006.

_____. **A Estrutura das revoluções científicas**. Tradução: Beatriz Vianna Boeira e Nelson Boeira. 12. ed. São Paulo: Perspectiva, 2013.

LASTOWKA, Greg. Google's Law. **Duke Science, Technology & Innovation**, [Paper nº 26], 2007. Disponível em: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1017536. Acesso em: 21 maio, 2023.

LESSIG, Lawrence. **Code: version 2.0** New York. Basic Books, 2006.

LYRA FILHO, Roberto. **O que é Direito**. 11. ed. São Paulo: Editora Brasiliense, 1982. *E-book*.

MACEDO JÚNIOR, Ronaldo Porto. Fake News e as novas ameaças à liberdade de expressão. *In*: ABOUD, G; NERY JUNIOR, N.; CAMPOS, R. (org.) **Fake News e regulação**. 3 ed. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2021.

MARTINS, Dileta Silveira; ZILBERKNOP, Lúbia Scliar. **Português Instrumental**. 30 ed. São Paulo: Atlas, 2023. *E-book*. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597020113/>. Acesso em: 02 nov. 2023.

MELO, João Osório de. Trump pede à Suprema Corte para deixa-lo bloquear críticos no Twitter. **Consultor Jurídico**. 2020. Disponível em: <https://www.conjur.com.br/2020-ago-22/trump-suprema-corte-deixa-lo-bloquear-criticos-twitter/>. Acesso em: 20 nov. 2023.

MENESES, Paulo Brasil. **Fake News: modernidade, metodologia e regulação**. 2 ed. São Paulo: JusPodvm, 2021.

MURRAY, Andre D. Nodes and gravity in virtual space. **Legisprudence: International Journal for the Study of Legislation**, Hart Pub., v. 5, n. 2, out./2001, p. 195-221. Disponível em <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.5235/175214611797885684>. Acesso em: 14 abr. 2023.

NASU, Hitoshi. The 'infodemic': Is International Law Ready to Combat Fake News in the Age of Information Disorder?. **Australian Year Book of International Law online**, 39 (1), 65-77, 2021. Disponível em: https://brill.com/view/journals/auso/39/1/article-p65_6.xml?language=en. Acesso em: 22 abr. 2023.

NUNES JUNIOR, Flávio Martins Alves. **Curso de Direito Constitucional**. 7. ed. São Paulo, SaraivaJur, 2023. *E-book*.

O'NEIL, Cathy. **Algoritmos de destruição em massa: como o Big Data aumenta a desigualdade e ameaça a democracia**. Tradução de Rafael Abraham. Santo André: Editora rua do Sabão, 2020. *E-book*.

POSSA, Julia. Finlândia inclui disciplina de “combate à desinformação” nas escolas. **Giz.br**. [tecnologia]. 2023. Disponível em: <https://gizmodo.uol.com.br/finlandia-inclui-disciplina-de-combate-a-desinformacao-nas-escolas/>. Acesso em: 31 out. 2023.

QUINTEL, Teresa; ULLRICH, Carsten. Self-Regulation of Fundamental Rights? The EU Code of Conduct on Hate Speech, related initiatives and beyond [2018]. *In*: PETKOVA, Bilyana; OJANEN, Tuomas (EDS). **Fundamental Rights Protection online: the future regulation intermediaries**. [Chapter of upcoming book publication]. Edward Elgar Publishing, Summer/Autumn 2019. Disponível em: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3298719. Acesso em: 01 nov. 2023.

RADIN, Margaret Jane. Regulation by contract, regulation by machine. **Stanford Law School**, [Research Paper No. 92], 2004. Disponível em: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=534042. Acesso em: 04 maio, 2023.

RAIS, Diogo. Desinformação no contexto democrático. *In*: ABOUD, G; NERY JUNIOR, N.; CAMPOS, R. (org.) **Fake News e regulação**. 3 ed. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2021.

REIDENBERG, Joel R. Governing Networks and Rule-making in Cyberspace. 45 **Emory Law Journal**. 911, 1996. Disponível em: https://ir.lawnet.fordham.edu/faculty_scholarship/29/. Acesso em: 15 abr. 2023.

_____. Lex informatica: The formulation of information policy rules through technology. **Texas Law Review**, v. 76, p. 553-594, 1998. Disponível em: https://ir.lawnet.fordham.edu/faculty_scholarship/42/. Acesso em: 13 abr. 2023.

REQUIÃO, Maurício; GALRÃO, Luiza Moraes. Fake News, Capitalismo de Vigilância e redes sociais. *In*: EHRHARDT JÚNIOR, Marcos; LOBO, Fabíola Albuquerque; ANDRADE, Gustavo. (coord.). **Liberdade de expressão e relações privadas**. Belo Horizonte: Fórum, 2021.

ROSA, Alexandre Morais da. **Guia do Processo Penal conforme a teoria dos jogos**. 4 ed. Florianópolis: Empório do Direito, 2017.

SANDERS, Amy Kristin; JONES, Rachel L. Clicks at Any Cost: Why Regulation Won't Upend the Economics of Fake News. **The Business, Entrepreneurship & Tax Law Review**, v.2, 339-358, 2018. Disponível em: <https://scholarship.law.missouri.edu/betr/vol2/iss2/6/>. Acesso em: 22 abr. 2023.

SANTOS, Bruno Cavalcante Leitão; FRANÇA JÚNIOR, Francisco de Assis de. Intersecções entre as responsabilidades civil e penal no (ab) uso da liberdade de expressão: ponderações sobre limites, controle e eficácia em mídias sociais. *In*: EHRHARDT JÚNIOR, Marcos; LOBO, Fabíola Albuquerque; ANDRADE, Gustavo. (coord.). **Liberdade de expressão e relações privadas**. Belo Horizonte: Fórum, 2021

SARLET, Ingo Wolfgang. Liberdade de expressão e biografias não autorizadas — notas sobre a ADI 4.815. **Consultor jurídico**, 2015. Disponível em: <https://www.conjur.com.br/2015-jun-19/direitos-fundamentais-liberdade-expressao-biografias-nao-autorizadas>. Acesso em: 29 set. 2023.

SARLET, Ingo Wolfgang; MARINONI, Luiz Guilherme; MITIDIERO, Daniel. **Curso de Direito Constitucional**. 7. ed. São Paulo: Saraiva, 2018.

SARMENTO, Daniel. A liberdade de expressão e o problema do "Hate Speech". *In*: SARMENTO, Daniel. **Livres e iguais**: estudos de Direito Constitucional. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2006.

SCHNELLENBACH, Jan, On the Behavioural Political Economy of Regulating Fake News. **Ordo – Jahrbuch für die Ordnung von Wirtschaft und Gesellschaft**, 2017. Disponível em: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3038508. Acesso em: 25 abr. 2023.

SCHWAB, Klaus. **A Quarta Revolução Industrial**. Tradução de Daniel Moreira Miranda. São Paulo: Edipro, 2016.

SILVA, Alberto Luís Camelier da. **Concorrência desleal: atos de confusão**. São Paulo: Editora Saraiva, 2013. *E-book*.

SOUSA JUNIOR, José Geraldo. O Direito Achado na Rua: condições sociais e fundamentos teóricos. **Direito e práxis**. Rio de Janeiro, v.10, n.4, p. 2776-2817, 2019. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rdp/a/CNNz75q4mnFdnjKzWnZY7sj/?lang=pt>. Acesso em: 25 set. 2023.

SOUZA, Eduardo Nunes de; SILVA, Rodrigo da Guia; RODRIGUES, Cássio. Desafios atuais à disciplina jurídica da liberdade de expressão nas redes sociais. *In: EHRHARDT JÚNIOR, Marcos; LOBO, Fabíola Albuquerque; ANDRADE, Gustavo. (coord.). Liberdade de expressão e relações privadas*. Belo Horizonte: Fórum, 2021.

SOUZA NETO, Cláudio Pereira de; SARMENTO, Daniel. **Direito Constitucional: teoria, história e métodos de trabalho**. 2.ed Belo Horizonte: Fórum, 2014.

STRECK, Lenio Luiz. Como se prova qualquer tese em Direito. **Consultor Jurídico**. Disponível em: <https://www.conjur.com.br/2012-abr-26/senso-incomum-prova-qualquer-tese-direito>. Acesso em: 24 out. 2023.

TARTUCE, Flávio. **Manual de Direito Civil: volume único**. 12. ed. Rio de Janeiro, Forense; Método, 2022.

TOFFOLI, José Antonio Dias. Fake News, desinformação e liberdade de expressão. *In: ABOUD, G; NERY JUNIOR, N.; CAMPOS, R. (org.) Fake News e regulação*. 3 ed. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2021.

THE INFORMATION SOCIETY PROJECT; THE FLOYD ABRAMS INSTITUTE FOR FREEDOM OF EXPRESSION. **Fighting Fake News Workshop Report**, 2017. Disponível em: <https://law.yale.edu/isp/initiatives/floyd-abrams-institute-freedom-expression/practitioner-scholar-conferences-first-amendment-topics/fighting-fake-news-workshop>. Acesso em: 22 abr. 2023.

VESTING, Thomas. The Impact of Artificial Intelligence on the Structures of the Modern Public Sphere. *In: MORAIS, Carlos Branco de; MENDES, Gilmar Ferreira; VESTING, Thomas. The Rule of Law in Cyberspace: Law, Governance and Technology Series v.49*. Springer, 2022.

ZÍLIO, Rodrigo Lopez. **Direito Eleitoral**. 9. Ed. São Paulo: Juspodvm, 2023.

ZUBOFF, Shoshana. **A era do Capitalismo de Vigilância: a luta por um futuro humano na nova fronteira do poder**. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2021. *E-book*.

WARDLE, Claire. Fake News. It's complicated. **First Draft**. 2017. Disponível em: <https://medium.com/1st-draft/fake-news-its-complicated-d0f773766c79>. Acesso em: 25 abr. 2023.

REFERÊNCIAS DOCUMENTAIS

AMAPÁ. Lei nº 2.503, de 25 de junho de 2020. **Diário Oficial do Estado do Amapá** [nº 7.198], Poder Executivo, Macapá, AP, 25 jun., 2020, seção 1, p. 2. Disponível em: <http://silegis.al.ap.gov.br/proposicaopdf/102037inteiroPLO00542020AL.pdf>. Acesso em: 11 nov. 2023.

BARLOW, John Perry. **A declaration of Independence of Cyberspace**. Disponível em: <https://www.eff.org/cyberspace-independence>. Acesso em: 14 abr.2023.

BRASIL. Advocacia-Geral da União. **AGU pede direito de resposta por desinformação sobre inundações no Rio Grande do Sul**. 2023. Disponível em: <https://www.gov.br/agu/pt-br/comunicacao/noticias/agu-pede-direito-de-resposta-por-desinformacao-sobre-inundacoes-no-rio-grande-do-sul>. Acesso em: 29 nov. 2023.

_____. Advocacia-Geral da União. **AGU pede remoção de postagem que espalha desinformação sobre vacinas no Twitter**. 2023. Disponível em: <https://www.gov.br/agu/pt-br/comunicacao/noticias/agu-pede-remocao-de-postagem-que-espalha-desinformacao-sobre-vacinas-no-twitter>. Acesso em 29 nov. 2023.

_____. Advocacia-Geral da União. **Conquistas da democracia devem ser defendidas, diz advogado-geral da União**. 2023. Disponível em: <https://www.gov.br/agu/pt-br/comunicacao/noticias/conquistas-da-democracia-devem-ser-defendidas-diz-advogado-geral-da-uniao>. Acesso em: 29 nov. 2023.

_____. Câmara dos Deputados. **Especialista sugere criminalizar divulgação de informações distorcidas em período eleitoral**, 2020. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/noticias/680052-ESPECIALISTA-SUGERE-CRIMINALIZAR-DIVULGACAO-DE-INFORMACOES-DISTORCIDAS-EM-PERIODO-ELEITORAL>. Acesso em: 23 abr. 2023.

_____. Câmara dos Deputados. **Projeto das fake news tem urgência aprovada e irá a voto na próxima terça**, 2023. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/noticias/955642-projeto-das-fake-news-tem-urgencia-aprovada-e-ira-a-voto-na-proxima-terca-acompanhe/#:~:text=A%20C%C3%A2mara%20dos%20Deputados%20aprovou,Responsabilidade%20e%20Transpar%C3%A2ncia%20na%20Internet>. Acesso em: 12 nov. 2023.

_____. Câmara dos Deputados. **Projeto de Lei nº 2.630, de 2020**. Institui a Lei Brasileira de Liberdade, Responsabilidade e Transparência na Internet. Brasília: Câmara dos Deputados, 2023. Disponível em: https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/prop_mostrarintegra?codteor=2265334&filename=PRLP+1+%3D%3E+PL+2630/2020. Acesso em: 01 nov. 2023.

_____. Conselho da Justiça Federal. **VIII Jornada de Direito Civil**. Brasília, DF, 2018. Disponível em: <https://www.cjf.jus.br/cjf/corregedoria-da-justica-federal/centro-de-estudos-judiciarios-1/publicacoes-1/jornadas-cej/viii-enunciados-publicacao-site-com-justificativa.pdf>. Acesso em: 03 nov. 2023.

_____. **Lei complementar nº 64, de 18 de maio de 1990**. Estabelece de acordo com o artigo 14, § 9º da Constituição Federal, casos de inelegibilidade, prazos de cessação, e determina

outras providências. Disponível: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/lcp/lcp64.htm. Acesso em: 13 nov. 2023.

_____. **Lei nº 9.394, de 20 de dezembro de 1996.** Estabelece as diretrizes e bases da educação nacional, Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/19394.htm. Acesso em: 30 nov. 2023.

_____. **Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014.** Estabelece princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da Internet no Brasil. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/112965.htm. Acesso em: 24. out. 2023.

_____. Presidência da República. **Decreto nº 592, de 6 de julho de 1992.** Atos internacionais, Pacto Internacional sobre Direitos Civis e políticos. Promulgação. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/1990-1994/d0592.htm. Acesso em: 26 out. 2023.

_____. Presidência da República. **Decreto nº 11.328, de 1º de janeiro de 2023.** Aprova a Estrutura Regimental e o Quadro Demonstrativo dos Cargos em Comissão e das Funções de Confiança da Advocacia-Geral da União e remaneja cargos em comissão e funções de confiança. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2023-2026/2023/decreto/D11328.htm. Acesso em: 29 nov. 2023.

_____. Secretaria de Comunicação Social. **Como denunciar Fake News.** 2023. Disponível em: <https://www.gov.br/secom/pt-br/fatos/brasil-contra-fake/como-denunciar-fake-news-1>. Acesso em: 29 nov. 2023.

_____. Secretaria de Comunicação Social. **Quem espalha fake news espalha destruição.** 2023. Disponível em: <https://www.gov.br/secom/pt-br/fatos/brasil-contra-fake/quem-espalha-fake-news-espalha-destruicao-1>. Acesso em 29 nov. 2023.

_____. Secretaria de Comunicação Social. **Trágica história no Guarujá é retratada em novo episódio da campanha Brasil contra Fake.** Distrito Federal, 29 mar. 2023. Disponível em: <https://www.gov.br/secom/pt-br/assuntos/noticias/2023/03/tragica-historia-no-guaruja-e-retratada-em-novo-episodio-da-campanha-brasil-contra-fake>. Acesso em: 30 abr. 2023.

_____. Senado Federal. **Projeto de Lei nº 2.630, de 2020.** Institui a Lei Brasileira de Liberdade, Responsabilidade e Transparência na Internet. Brasília: Senado Federal, 2020a. Disponível em: https://legis.senado.leg.br/sdleg-getter/documento?dm=8110634&ts=1697571574911&disposition=inline&_gl=1*1qz33g6*_ga*MTYwMDYwODA4NS4xNjk3Mzk4NDAw*_ga_CW3ZH25XMK*MTY5OTY4NTU0NS4xMi4xLjE2OTk2ODU1NTYuMC4wLjA. Acesso em :01 nov. 2023.

_____. Senado Federal. **Projeto de Lei nº 2.630, de 2020.** Institui a Lei Brasileira de Liberdade, Responsabilidade e Transparência na Internet. Brasília: Senado Federal, 2020b. Disponível em: https://legis.senado.leg.br/sdleg-getter/documento?dm=8128670&ts=1697571590468&disposition=inline&_gl=1*qxy6qz*_ga*MTYwMDYwODA4NS4xNjk3Mzk4NDAw*_ga_CW3ZH25XMK*MTY5OTY4NTU0NS4xMi4xLjE2OTk2ODU1NTYuMC4wLjA. Acesso em: 01 nov. 2023.

_____. Supremo Tribunal Federal (Plenário). **Ação Direta de Inconstitucionalidade nº 6.281/DF**. Ação Direta de Inconstitucionalidade. arts. 43, caput, e 57, caput e § 1º, i, da Lei n. 9.504/1997. Propaganda eleitoral paga em periódicos impressos e na internet. Limitações impostas por lei. Possibilidade. Precedentes. Relator: Ministros Luiz Fux. Brasília, DF, julgamento: 16 de fevereiro de 2022. Disponível em: <https://redir.stf.jus.br/paginadorpub/paginador.jsp?docTP=TP&docID=760973463>. Acesso em: 01 dez. 2023.

_____. Supremo Tribunal Federal. **Ação Penal nº 1.044/DF**. Decisão. Em 22/3/2022, determinei a abertura de vista dos autos à Procuradoria-Geral da República, para manifestação quanto ao desrespeito das medidas cautelares impostas ao réu, em razão dos fatos noticiados (eDocs. 760-762), no prazo de 5 (cinco) dias, em especial em relação ao desrespeito à proibição de ter qualquer forma de acesso ou contato com os demais investigados nos Inquéritos 4.781/DF e 4.874/DF, salvo os parlamentares federais, considerando as informações de que teria se encontrado com outro investigado; e ao desrespeito da proibição de frequentar toda e qualquer rede social e de conceder entrevista sem autorização judicial [...]. Relator: Ministro Alexandre de Moraes. Brasília, DF, julgamento: 3 de maio de 2022. Disponível em: <https://www.stf.jus.br/arquivo/cms/noticiaNoticiaStf/anexo/AP1044decisao3maio.pdf>. Acesso em: 24 nov. 2023.

_____. Supremo Tribunal Federal. **Arguição de Descumprimento de Preceito Fundamental nº 130/DF**. Arguição de Descumprimento de Preceito Fundamental (ADPF). Lei de imprensa. Adequação da ação. Regime constitucional da “liberdade de informação jornalística”, expressão sinônima de liberdade de imprensa. A “plena” liberdade de imprensa como categoria jurídica proibitiva de qualquer tipo de censura prévia [...]. Relator: Ministro Carlos Britto. Tribunal Pleno, Brasília, DF, julgamento: 30 de abril de 2009. Disponível em: <https://jurisprudencia.stf.jus.br/pages/search/sjur169063/false>. Acesso em: 03 nov. 2023

_____. Supremo Tribunal Federal. **Habeas Corpus nº 82.424/RS**. Habeas Corpus. Publicação de livros. Anti-semitismo. Racismo. Crime imprescritível. Conceituação. Abrangência constitucional. Liberdade de expressão. Limites. Ordem denegada. [...]. Paciente: Siegfried Ellwanger. Impetrante: Werner Cantálicio João Becker. Coator: Superior Tribunal de Justiça. Relator: Ministro Moreira Alves. Tribunal Pleno, Brasília, DF, julgamento: 17 de setembro 2003. Disponível em: <https://jurisprudencia.stf.jus.br/pages/search/sjur96610/false>. Acesso em: 03 nov. 2023.

_____. Supremo Tribunal Federal. **Inquérito nº 4.781**. Decisão. Trata-se de inquérito instaurado pela Portaria GP Nº 69, de 14 de março de 2019, do Excelentíssimo Senhor Ministro Presidente, nos termos do art. 43 do Regimento Interno desta CORTE [...]. Relator: Ministro Alexandre de Moraes. Brasília, DF, julgamento: 26 de maio de 2020. Disponível em: <https://www.stf.jus.br/arquivo/cms/noticiaNoticiaStf/anexo/mandado27maio.pdf>. Acesso em: 01 dez. 2023.

_____. Supremo Tribunal Federal. **Inquérito nº 4.781**. Despacho inicial. Trata-se de inquérito instaurado pela Portaria GP Nº 69, de 14 de março de 2019, do Excelentíssimo Senhor Ministro Presidente, nos termos do art. 43 do Regimento Interno desta CORTE, para o qual fui designado para condução, considerando a existência de notícias fraudulentas (fake news), denúncias caluniosas, ameaças e infrações revestidas de animus *caluniandi*,

diffamandi ou *injuriandi*, que atingem a honorabilidade e a segurança do Supremo Tribunal Federal [...]. Relator: Ministro Alexandre de Moraes. Brasília, DF, julgamento: 19 de março de 2019. Disponível em:

<https://www.stf.jus.br/arquivo/cms/noticiaNoticiaStf/anexo/inq4781.pdf>. Acesso em: 01 dez. 2023.

_____. Supremo Tribunal Federal. **Inquérito nº 4.923/DF**. Decisão. Em decisão, datada de 11/1/2023, proferida nos autos deste Inquérito, foi determinada, entre outras medidas, a expedição de ofício às empresas FACEBOOK, INSTAGRAM, TELEGRAM, TIK TOK, TWITTER e YOUTUBE para que, no prazo de 2 (duas) horas, procedessem ao bloqueio dos canais indicados [...]. Relator: Ministro Alexandre de Moraes. Brasília, DF, julgamento: 24 de janeiro, de 2023. Disponível em:

https://www.stf.jus.br/arquivo/cms/noticiaNoticiaStf/anexo/INQ4923238decisao_monocratica1.pdf. Acesso em 24 nov. 2023.

_____. Supremo Tribunal Federal. **Inquérito nº 4.923/DF**. Decisão. Em decisão proferida nestes autos em 8/1/2023, em razão da escalada violenta dos atos criminosos resultou na invasão dos prédios do PALÁCIO DO PLANALTO, do CONGRESSO NACIONAL do SUPREMO TRIBUNAL FEDERAL, com depredação do patrimônio público, conforme amplamente noticiado pela imprensa nacional, determinei, entre outras medidas, a expedição de ofício às empresas Facebook, Tik Tok e Twitter, para que, no prazo de 2 (duas) horas, procedessem ao bloqueio dos canais/perfis/contas indicados [...]. Relator: Ministro Alexandre de Moraes. Brasília, DF, julgamento: 13 de junho de 2023. Disponível em:

<https://www.stf.jus.br/arquivo/cms/noticiaNoticiaStf/anexo/INQ4923Monark.pdf>. Acesso em: 01 dez. 2023.

_____. Supremo Tribunal Federal. **Plenário conclui julgamento sobre validade do inquérito sobre fake news e ataques ao STF**. 2020. Disponível em:

<https://portal.stf.jus.br/noticias/verNoticiaDetalhe.asp?idConteudo=445860&ori=1>. Acesso em: 03 dez. 2022.

_____. Supremo Tribunal Federal. **Programa de combate à desinformação**. Disponível em: <https://portal.stf.jus.br/desinformacao/>. Acesso em: 19 jul. 2023.

_____. Supremo Tribunal Federal. **Referendo na Medida Cautelar na Ação Direta de Inconstitucionalidade nº 7.261/DF** (Plenário). Direito constitucional e eleitoral. Constitucionalidade da Resolução TSE nº. 23.714/2022. Enfrentamento da desinformação capaz de atingir a integridade do processo eleitoral. 1. Não se reveste de *fumus boni iuris* a alegação de que o Tribunal Superior Eleitoral (TSE), ao exercer a sua atribuição de elaboração normativa e o poder de polícia em relação à propaganda eleitoral, usurpa a competência legislativa da União, porquanto a Justiça Especializada vem tratando da temática do combate à desinformação por meio de reiterados precedentes jurisprudenciais e atos normativos, editados ao longo dos últimos anos. [...]. Relator: Ministro Edson Fachin. Brasília, DF, julgamento: 25 de outubro de 2022. Disponível em: <https://redir.stf.jus.br/paginadorpub/paginador.jsp?docTP=TP&docID=764497663>. Acesso em: 01 dez. 2023.

_____. Tribunal Superior Eleitoral. **Guia básico de enfrentamento à desinformação**. Brasília: Tribunal Superior Eleitoral, 2022. Disponível em:

https://www.justicaeleitoral.jus.br/desinformacao/arquivos/Anexo_2177865_Guia_basico_de_enfrentamento_a_desinformacao_WEB_SEPREVOK.pdf. Acesso em: 29 nov. 2023.

_____. Tribunal Superior Eleitoral. **Portaria nº 510, de 4 de agosto de 2021**, institui o programa permanente de enfrentamento à desinformação no âmbito da Justiça Eleitoral e disciplina a sua execução. Disponível em: <https://sintse.tse.jus.br/documentos/2021/Ago/6/diario-da-justica-eletronico-tse/portaria-no-510-de-4-de-agosto-de-2021-institui-o-programa-permanente-de-enfrentamento-a-desinformac>. Acesso em: 19 jul. 2023

_____. Tribunal Superior Eleitoral. **Resolução nº 23.610, de 18 de dezembro de 2019**. Dispõe sobre propaganda eleitoral, utilização e geração do horário gratuito e condutas ilícitas em campanha eleitoral. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/legislacao/compilada/res/2019/resolucao-no-23-610-de-18-de-dezembro-de-2019>. Acesso em: 28 nov. 2023.

_____. Tribunal Superior Eleitoral. **Resolução nº 23.714, de 20 de outubro de 2022**. Dispõe sobre o enfrentamento à desinformação que atinja a integridade do processo eleitoral. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/legislacao/compilada/res/2022/resolucao-no-23-714-de-20-de-outubro-de-2022>. Acesso em: 28 nov. 2023.

_____. Tribunal Superior Eleitoral. **Sistema de Alerta**. Disponível em: https://www.justicaeleitoral.jus.br/desinformacao/arquivos/Anexo_2177865_Guia_basico_de_enfrentamento_a_desinformacao_WEB_SEPREVOK.pdf. Acesso em: 29 nov. 2023.

CBS NEWS. **Mark Zuckerberg defends policy to allow politicians to lie in campaign ads**. 1 vídeo (7 min). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=ascRgzdUmfs>. Acesso em: 26 jun. 2023.

COMSCORE. **Tendências digitais 2023**. Disponível em: <https://www.comscore.com/por/Insights/Apresentacoes-e-documentos/2023/Tendencias-Digitais-2023>. Acesso em: 18 jul. 2023.

EUROPEAN COMMISSION. **A multi-dimensional approach to disinformation** - Report of the independent High level Group on fake news and online disinformation. Luxembourg: Publications Office of the European Union, 2018. Disponível em: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/final-report-high-level-expert-group-fake-news-and-online-disinformation>. Acesso em: 21 abr. 2023.

_____. **The 2022 Code of Practice on Disinformation**. Disponível em: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/code-practice-disinformation>. Acesso em: 27 out. 2023.

_____. **The Strengthened Code of Practice on Disinformation 2022**. Disponível em: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/2022-strengthened-code-practice-disinformation>. Acesso em: 27 out. 2023.

_____. [YouthWiki. Finland] **6.8 Media Literacy and safe use of new media**. 2023. Disponível em: <https://national-policies.eacea.ec.europa.eu/youthwiki/chapters/finland/68-media-literacy-and-safe-use-of-new-media>. Acesso em: 31 out. 2023.

GOOGLE. **Ajuda do Políticas do Google ADS.** [Publicidade personalizada] disponível em: https://support.google.com/adspolicy/answer/143465?hl=pt-BR&ref_topic=7012636&sjid=10858993376613286254-SA Acesso em: 23 maio, 2023.

_____. **Google trends.** Disponível em: <https://trends.google.com.br/trends/explore?geo=BR&q=PL%20fake%20news,pl%20censura,PL%20da%20censura,PL%202630>. Acesso em: 01 dez. 2023.

_____. **Política para conteúdo postado por usuários na Pesquisa.** Disponível em: https://www.google.com/search/policies/usercontent/?hl=pt_BR. Acesso em: 23 maio, 2023.

_____. **Privacidade & termos.** Disponível em: <https://policies.google.com/?hl=pt-BR>. Acesso em: 21 maio, 2023.

GOOGLE BRASIL. [Wilson White]. **Como o Google está combatendo fraudes e melhorando a segurança de aplicativos.** 2023. Disponível em: <https://blog.google/intl/pt-br/novidades/iniciativas/como-o-google-esta-combatendo-fraudes-e-melhorando-a-seguranca-de-aplicativos/>. Acesso em: 23 nov. 2023.

_____. **Como o PL 2630 pode piorar a sua internet.** 2023. Disponível em: <https://blog.google/intl/pt-br/novidades/iniciativas/como-o-pl-2630-pode-piorar-a-sua-internet/>. Acesso em: 22 nov. 2023.

_____. **O PL 2630 pode impactar a internet que você conhece.** 2022. Disponível em: <https://blog.google/intl/pt-br/novidades/iniciativas/PL2630/>. Acesso em: 22 nov. 2023.

META. **Classificação de conteúdos utilizadas pelos verificadores de factos.** Disponível em: <https://transparency.fb.com/en-gb/features/content-ratings-fact-checkers-use/>. Acesso em: 26 jun. 2023.

_____. **Como funciona a verificação de fatos.** Disponível em: <https://transparency.fb.com/en-gb/features/how-fact-checking-works/>. Acesso em: 26 jun. 2023.

_____. **Desinformação.** [Padrões da comunidade do Facebook]. Disponível em: <https://transparency.fb.com/pt-br/policies/community-standards/misinformation/>. Acesso em: 26 jun. 2023.

_____. **Integridade da conta e autenticidade de identidade.** [Padrões da comunidade do Facebook]. Disponível em: <https://transparency.fb.com/pt-br/policies/community-standards/account-integrity-and-authentic-identity/>. Acesso em: 26 jun. 2023.

_____. **Investimento do Facebook em verificação de fatos e alfabetização midiática.** Disponível em: <https://www.facebook.com/formedia/blog/third-party-fact-checking-industry-investments>. Acesso em: 26 jun. 2023.

_____. **Política de Privacidade.** Disponível em: <https://pt-br.facebook.com/privacy/policy>. Acesso em: 26 jun. 2023.

_____. **Política de verificação de fatos no Facebook.** [Central de ajuda da Meta para empresas]. Disponível em: <https://www.facebook.com/business/help/315131736305613?id=673052479947730>. Acesso em: 26 jun. 2023.

_____. **Sobre os padrões de publicidade da Meta.** Disponível em: <https://pt-br.facebook.com/business/help/488043719226449?id=434838534925385>. Acesso em: 26 jun. 2023.

_____. **Termos de serviço.** Disponível em: <https://pt-br.facebook.com/legal/terms>. Acesso em: 26 jun. 2023.

_____. **Termos e Políticas.** Disponível em: https://pt-br.facebook.com/policies_center/. Acesso em: 26. jun. 2023.

OPEN SOCIETY INSTITUTE SOFIA. **Finland Tops the New Media Literacy Index 2023, Countries Close to the War in Ukraine Remain Among the Most Vulnerable to Disinformation.** 2023. Disponível em: <https://osis.bg/?p=4450&lang=en>. Acesso em: 31 out. 2023.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA PROPRIEDADE INTELECTUAL. **Convenção que institui a Organização Mundial da Propriedade Intelectual**, de 14 de julho de 1967. Genebra: 2002. Disponível em: https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/pt/wipo_pub_250.pdf. Acesso em: 03 nov. 2023.

ORGANIZAÇÃO PANAMERICANA DE SAÚDE. **Entenda a Infodemia e a desinformação na luta contra a COVID-19**, 2020. Disponível em: https://iris.paho.org/bitstream/handle/10665.2/52054/Factsheet-Infodemic_por.pdf. Acesso em: 04 maio, 2023.

PARAÍBA. Governo do Estado da Paraíba. **Fake Não.** Disponível em: <https://paraiba.pb.gov.br/fakenao>. Acesso em: 12 nov. 2023.

PARLAMENTO EUROPEU. **A Lei dos Mercados Digitais e da Lei dos Serviços Digitais da UE em detalhe.** [Artigo 24-08-2023 15:58]. Disponível em: https://www.europarl.europa.eu/pdfs/news/expert/2021/12/story/20211209STO19124/20211209STO19124_pt.pdf. Acesso em: 17 out. 2023.

_____. **Regulamento (UE) 2022/2065 Do Parlamento Europeu e do Conselho de 19 de outubro de 2022.** Relativo a um mercado único para os serviços digitais e que altera a Diretiva 2000/31/CE (Regulamento dos Serviços Digitais). Disponível em: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A32022R2065&qid=1699501549712>. Acesso em: 17 out. 2023.

POYNTER. **About the Internet Fact-Checking Network.** Disponível em: <https://www.poynter.org/ifcn/about-ifcn/>. Acesso em: 02 nov.2023.

TOCANTINS. Lei nº 3.996, de 22 de julho de 2022. **Diário Oficial do Estado do Tocantins** [nº 6.135], Poder Executivo, Palmas, TO, 25 jul., 2022. Ano XXXIV, p.3. Disponível em: <https://doe.to.gov.br/diario/4685/download>. Acesso em: 11 nov. 2023.

TWITTER. As regras do Twitter. 2023. Disponível em: <https://help.twitter.com/pt/rules-and-policies/twitter-rules>. Acesso em: 12 jun. 2023.

_____. **Diversidade de perspectivas.** Disponível em: <https://communitynotes.twitter.com/guide/pt/contributing/diversity-of-perspectives>. Acesso em: 27 jun. 2023.

_____. **Guia de notas da comunidade.** Disponível em: <https://communitynotes.twitter.com/guide/pt>. Acesso em: 27 jun. 2023.

_____. **Nossas opções de medidas corretivas.** Disponível em: <https://help.twitter.com/pt/rules-and-policies/enforcement-options>. Acesso em: 27 jun. 2023.

_____. **Notas em mídias.** Disponível em: <https://communitynotes.twitter.com/guide/pt/contributing/notes-on-media>. Acesso em: 27 jun. 2023.

_____. **Notificações:** leitores adicionaram uma nota a um Tweet que você respondeu, curtiu ou retweetou. Disponível em: <https://communitynotes.twitter.com/guide/pt/contributing/notifications>. Acesso em: 27 jun. 2023.

_____. **PL 2630/2020 deixou de ser sobre combater as fake news.** 2022. Disponível em: https://blog.twitter.com/pt_br/topics/company/2022/pl-2630-2020-deixou-de-ser-sobre-combater-as-fake-news. Acesso em: 22 nov. 2023.

_____. **Política contra spam e manipulação da plataforma.** Disponível em: <https://help.twitter.com/pt/rules-and-policies/platform-manipulation>. Acesso em: 27 jun. 2023.

_____. **Política de desinformação em momentos de crise.** Disponível em: <https://help.twitter.com/pt/rules-and-policies/crisis-misinformation>. Acesso em: 27 jun. 2023.

_____. **Política de mídia sintética e manipulada.** Disponível em: <https://help.twitter.com/pt/rules-and-policies/manipulated-media>. Acesso em: 27 jun. 2023.

_____. **Política de privacidade do Twitter.** 2023. Disponível em: <https://twitter.com/pt/privacy>. Acesso em: 27 jun. 2023.

_____. **Regras e políticas.** 2023. Disponível em: <https://help.twitter.com/pt/rules-and-policies>. Acesso em: 17 jun. 2023.

_____. **Sobre as notas da comunidade no Twitter.** Disponível em: <https://help.twitter.com/pt/using-twitter/community-notes>. Acesso em: 27 jun. 2023.

_____. **Termos de serviço.** 2023. Disponível em: <https://twitter.com/pt/tos>. Acesso em: 27 jun. 2023.

UNITED NATIONS. **Countering Disinformation**. 2022. Disponível em:
https://www.un.org/en/countering-disinformation?gclid=Cj0KCQiAsvWrBhC0ARIsAO4E6f-B5O2iF-iiRMFjC75kYAjL0M0Qao3sVxBawH4vtWvEXVKGZ3G5JucaAsk-EALw_wcB.
Acesso em: 16 dez. 2023.

ANEXO A – PL 2630/2020a, TEXTO INICIAL DO PROJETO**SENADO FEDERAL****PROJETO DE LEI
Nº 2630, DE 2020**

Institui a Lei Brasileira de Liberdade, Responsabilidade e Transparência na Internet.

AUTORIA: Senador Alessandro Vieira (CIDADANIA/SE)



[Página da matéria](#)

PROJETO DE LEI Nº _____, DE 2020.

(Do Sr. Alessandro Vieira)

Institui a Lei Brasileira de Liberdade,
Responsabilidade e Transparência na
Internet.

O CONGRESSO NACIONAL decreta:

CAPÍTULO I**DISPOSIÇÕES PRELIMINARES**

Art. 1º Esta lei estabelece normas, diretrizes e mecanismos de transparência de redes sociais e de serviços de mensageria privada através da internet, para desestimular o seu abuso ou manipulação com potencial de dar causa a danos individuais ou coletivos (Lei Brasileira de Liberdade, Responsabilidade e Transparência na Internet).

§1º Esta Lei não se aplica a provedor de aplicação que oferte serviço de rede social ao público brasileiro com menos de dois milhões de usuários registrados, para o qual as disposições desta Lei servirão de parâmetro para aplicação de programa de boas práticas, buscando utilizar medidas adequadas e proporcionais no combate à desinformação e na transparência sobre conteúdos pagos.

§2º O disposto no caput aplica-se mesmo que as atividades sejam realizadas por pessoa jurídica sediada no exterior, desde que oferte serviço ao público brasileiro ou pelo menos uma integrante do mesmo grupo econômico possua estabelecimento no Brasil.

§3º Esta Lei se aplica, inclusive, ao provedor de aplicação sediado no exterior, desde que oferte serviço ao público brasileiro ou pelo menos uma integrante do mesmo grupo econômico possua estabelecimento no Brasil.

Art 2º O disposto nesta Lei deve considerar os princípios e garantias previstos nas Leis nº 12.965, de 23 de abril de 2014 -Marco Civil da Internet, e nº 13.709, de 14 de agosto de 2018 -Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais.

Art. 3º A Lei Brasileira de Liberdade, Responsabilidade e Transparência Digital na Internet tem como objetivos:

I - o fortalecimento do processo democrático por meio do combate à desinformação e do fomento à diversidade de informações na internet no Brasil;



II – a busca por maior transparência sobre conteúdos pagos disponibilizados para o usuário;

III - desencorajar o uso de contas inautênticas para disseminar desinformação nas aplicações de internet.

Art. 4º Para os efeitos desta Lei, considera-se:

I – provedor de aplicação: pessoa física ou jurídica responsável por aplicações de internet, definidas nos termos do art. 5º, VII da Lei nº 12.965, de 2014;

II - desinformação: conteúdo, em parte ou no todo, inequivocamente falso ou enganoso, passível de verificação, colocado fora de contexto, manipulado ou forjado, com potencial de causar danos individuais ou coletivos, ressalvado o ânimo humorístico ou de paródia.

III - conta: qualquer acesso à aplicação de internet concedido a indivíduos ou grupos e que permita a publicação de conteúdo;

IV - conta inautêntica: conta criada ou usada com o propósito de disseminar desinformação ou assumir identidade de terceira pessoa para enganar o público;

V - disseminadores artificiais: qualquer programa de computador ou tecnologia empregada para simular, substituir ou facilitar atividades de humanos na disseminação de conteúdo em aplicações de internet;

VI - rede de disseminação artificial: conjunto de disseminadores artificiais cuja atividade é coordenada e articulada por pessoa ou grupo de pessoas, conta individual, governo ou empresa com fim de impactar de forma artificial a distribuição de conteúdo com o objetivo de obter ganhos financeiros e ou políticos;

VII - conteúdo: dados ou informações, processados ou não, que podem ser utilizados para produção e transmissão de conhecimento em sentido amplo, contidos em qualquer meio, suporte ou formato, compartilhados em uma aplicação de internet, independentemente da forma de distribuição, publicação ou transmissão utilizada pela internet;

VIII - conteúdo patrocinado: qualquer conteúdo criado, postado, compartilhado ou oferecido como comentário por indivíduos em troca de pagamento pecuniário ou valor estimável em dinheiro;

IX - verificadores de fatos independentes: pessoa jurídica que realiza uma verificação criteriosa de fatos de acordo com os parâmetros e princípios desta Lei;

X - rede social: aplicação de internet que realiza a conexão entre si de usuários permitindo a comunicação, o compartilhamento e a disseminação de conteúdo em um mesmo sistema de informação, através de contas conectadas ou acessíveis entre si de forma articulada.



SF/20561.81089-70

XI - serviço de mensageria privada: provedores de aplicação que prestam serviços de mensagens instantâneas por meio de comunicação interpessoal, acessíveis a partir de terminais móveis com alta capacidade de processamento ou de outros equipamentos digitais conectados à rede, destinados, principalmente, à comunicação privada entre seus usuários, inclusive os criptografados.

CAPÍTULO II

DA RESPONSABILIDADE DOS PROVEDORES DE APLICAÇÃO NO COMBATE À DESINFORMAÇÃO E AUMENTO DA TRANSPARÊNCIA NA INTERNET

Seção I

Disposições Gerais

Art. 5º São vedados, nas aplicações de internet de que trata esta Lei:

I - contas inautênticas;

II - disseminadores artificiais não rotulados, entendidos como aqueles cujo uso não é comunicado ao provedor de aplicação e ao usuário bem como aqueles utilizados para disseminação de desinformação;

III – redes de disseminação artificial que disseminem desinformação;

IV – conteúdos patrocinados não rotulados, entendidos como aqueles conteúdos patrocinados cuja comunicação não é realizada ao provedor e tampouco informada ao usuário.

§1º As vedações do caput não implicarão restrição ao livre desenvolvimento da personalidade individual, à manifestação artística, intelectual, de conteúdo satírico, religioso, ficcional, literário ou qualquer outra forma de manifestação cultural, nos termos dos arts. 5º, IX e 220 da Constituição Federal.

§2º Os rótulos de que trata esse artigo devem ser identificados de maneira evidente aos usuários e mantidos inclusive quando o conteúdo ou mensagem for compartilhado, encaminhado ou repassado de qualquer maneira.

§3º Dada a natureza complexa e em rápida mudança do comportamento inautêntico, os provedores de aplicação devem desenvolver procedimentos para melhorar as proteções da sociedade contra comportamentos ilícitos, incluindo a proteção contra o uso de imagens manipuladas para imitar a realidade, observado o disposto no §1º deste artigo.

Seção II

Dever de Transparência dos Provedores de Aplicação



Art. 6º Os provedores de aplicação de que trata esta Lei devem tornar público em seus sítios eletrônicos, em português, dados atualizados contendo:

I - número total de postagens e de contas destacadas, removidas ou suspensas, contendo a devida motivação, localização e metodologia utilizada na detecção da irregularidade;

II - número total de disseminadores artificiais, redes de disseminação artificial e conteúdos patrocinados destacados, removidos ou suspensos, contendo a devida motivação, localização e processo de análise e metodologia de detecção da irregularidade;

III - número total de rotulação de conteúdo, remoções ou suspensões que foram revertidas pela plataforma;

IV - comparação, com métricas históricas, de remoção de contas e de conteúdos no Brasil e em outros países.

§1º Em relação aos perfis removidos, as plataformas devem fornecer de forma desagregada os dados categorizados por gênero, idade e origem dos perfis.

§2º Os dados e os relatórios publicados devem ser disponibilizados com padrões tecnológicos abertos que permitam a comunicação, a acessibilidade e a interoperabilidade entre aplicações e bases de dados.

§3º Os dados sobre as providências adotadas devem ser atualizados, no mínimo, semanalmente.

Art. 7º Os relatórios deverão conter, no mínimo e para além do disposto no art. 6º, os seguintes dados:

I - número de com contas registrada em solo brasileiro na plataforma e número de usuários brasileiros ativos no período analisado;

II - número de contas inautênticas removidas da rede, com classificação do comportamento inautêntico, incluindo a porcentagem de quantas estavam ativas;

III - número de disseminadores artificiais, conteúdos, conteúdos patrocinados não registrados no provedor de aplicações que foram removidos da rede ou tiveram o alcance reduzido, com classificação do tipo de comportamento inautêntico e número de visualizações;

IV - número de reclamações recebidas sobre comportamento ilegal e inautêntico e verificações emitidas no período do relatório, indicando a origem e o motivo da reclamação;

V - tempo entre o recebimento das reclamações pelo provedor de aplicação e a resposta dada, discriminado de acordo com o prazo para resolução da demanda;



VI – dados relacionados a engajamentos ou interações com conteúdos que foram verificados como desinformação, incluindo, no mínimo:

- a) número de visualizações;
- b) número de compartilhamentos;
- c) alcance;
- d) número de denúncias;
- e) informações sobre pedidos de remoção e alteração de conteúdos por pessoas físicas e jurídicas, incluindo aqueles advindos de entes governamentais;
- f) outras métricas relevantes.

VII - estrutura dedicada ao combate à desinformação no Brasil, em comparação a outros países, contendo o número de pessoal diretamente empregado na análise de conteúdo bem como outros aspectos relevantes;

VIII - em relação a conteúdo patrocinado, quem pagou pelo conteúdo, qual o público alvo e quanto foi gasto, em uma plataforma de fácil acesso a usuários e pesquisadores.

§1º Os relatórios e dados disponibilizados devem apontar a relação entre disseminadores artificiais, contas e disseminação de conteúdos, de modo que seja possível a identificação de redes articuladas de disseminação de conteúdo.

§2º Os relatórios devem ser publicados a cada trimestre e, durante períodos eleitorais, semanalmente.

Art. 8º Resguardado o respeito à proteção de dados pessoais, as redes sociais devem atuar para facilitar o compartilhamento de dados com instituições de pesquisa para análises acadêmicas de desinformação.

Seção III

Das Medidas contra a Desinformação

Art. 9º Aos provedores de aplicação de que trata esta Lei, cabe a tomada de medidas necessárias para proteger a sociedade contra a disseminação de desinformação por meio de seus serviços, informando-as conforme o disposto nos artigos 6º e 7º desta Lei.

Parágrafo único. As medidas estabelecidas no caput devem ser proporcionais, não discriminatórias e não implicarão em restrição ao livre desenvolvimento da personalidade individual, à manifestação artística, intelectual, de conteúdo satírico, religioso, ficcional, literário ou qualquer outra forma de manifestação cultural.

Art. 10. Consideram-se boas práticas para proteção da sociedade contra a desinformação:

I - o uso de verificações provenientes dos verificadores de fatos independentes com ênfase nos fatos;



II - desabilitar os recursos de transmissão do conteúdo desinformativo para mais de um usuário por vez, quando aplicável;

III - rotular o conteúdo desinformativo como tal;

IV - interromper imediatamente a promoção paga ou a promoção gratuita artificial do conteúdo, seja por mecanismo de recomendação ou outros mecanismos de ampliação de alcance do conteúdo na plataforma.

V - assegurar o envio da informação verificada a todos os usuários alcançados pelo conteúdo desde sua publicação.

Art. 11. Caso o conteúdo seja considerado, os provedores de aplicação devem prestar esclarecimentos ao primeiro usuário a publicar tal conteúdo, bem como toda e qualquer pessoa que tenha compartilhado o conteúdo, acerca da medida tomada, mediante exposição dos motivos e detalhamento das fontes usadas na verificação.

Art. 12. Os provedores de aplicação devem fornecer um mecanismo acessível e em destaque, disponível por no mínimo três meses após a decisão, para que o usuário criador ou compartilhador do conteúdo, bem como o usuário autor de eventual denúncia possa recorrer da decisão.

§1º Deve ser facultada ao usuário a apresentação de informação adicional a ser considerada no momento da revisão.

§2º Caso a revisão seja considerada procedente pelo provedor de aplicação, este deve atuar para reverter os efeitos da decisão original.

Seção IV

Dos Serviços de Mensageria Privada

Art. 13. Os provedores de aplicação que prestarem serviços de mensageria privada desenvolverão políticas de uso que limitem o número de encaminhamentos de uma mesma mensagem a no máximo 5 (cinco) usuários ou grupos, bem como o número máximo de membros de cada grupo de usuários para o máximo de 256 (duzentos e cinquenta e seis) membros.

§1º Em período de propaganda eleitoral, estabelecido pelo art. 36 da Lei 9.504 de 1997 e durante situações de emergência ou de calamidade pública, o número de encaminhamentos de uma mesma mensagem fica limitado a no máximo 1 (um) usuários ou grupos.

Art. 14. Sem prejuízo da garantia da privacidade, na abertura de contas em provedores de serviço de mensageria privada, o usuário deverá declarar ao provedor se a conta



empregará disseminadores artificiais, ou ainda, após a abertura de contas, se o usuário passar a utilizar aplicativos ou serviços de intermediários de disseminação a administração de contas.

Parágrafo único. O provedor de aplicação de mensageria privada deverá excluir a conta de usuário que não declarar o uso de disseminadores artificiais caso o volume de movimentação e número de postagens seja incompatível com o uso humano.

Art. 15. O provedor de aplicação que prestar serviço de mensageria privada e que apresente funcionalidades de comunicação de massa, como listas de transmissão, conversa em grupo e assemelhados, deve requerer permissão do usuário em momento anterior à entrega das mensagens ou à inclusão em grupo.

§1º A autorização para recebimento de mensagem em massa será por padrão desabilitada.

§2º A permissão a que se refere o caput deste artigo é necessária somente na primeira vez em que o usuário remetente desejar enviar uma mensagem.

§3º Os serviços devem fornecer meios acessíveis e destacados para os usuários retirarem a permissão concedida previamente.

Art. 16. Os provedores de aplicação que prestarem serviços de mensageria privada devem utilizar todos os meios ao seu alcance para limitar a difusão e assinalar aos seus usuários a presença de conteúdo desinformativo, sem prejuízo da garantia à privacidade e do segredo de comunicações pessoais, incluindo a garantia do segredo do conteúdo em relação aos próprios provedores.

Art. 17. Os provedores de aplicação que prestarem serviços de mensageria privada devem observar as normas de transparência previstas nos arts. 6º e 7º desta Lei, na medida de suas capacidades técnicas.

Parágrafo único. A ausência de informações disponibilizadas, nos termos do caput, deve ser acompanhada por justificativa técnica adequada.

Art. 18. As mensagens eletrônicas patrocinadas enviadas por meio de serviço de mensageria privada deverão dispor de mecanismo que permita seu descadastramento pelo destinatário, obrigado o remetente a providenciá-lo no prazo de 48 (quarenta e oito) horas.

CAPÍTULO III

DA TRANSPARÊNCIA EM RELAÇÃO A CONTEÚDOS PATROCINADOS



Art 19. Com o propósito de garantir transparência, os provedores de aplicação devem fornecer a todos os usuários, por um meio em destaque e de fácil acesso, a visualização do histórico de todos os conteúdos patrocinados com os quais o usuário teve contato nos últimos seis meses.

Art. 20. Com o propósito de garantir transparência, os provedores de aplicação devem exigir que todos os conteúdos patrocinados incluam rotulagem que:

I - identifique que se trata de conteúdo pago ou promovido;

II - identifique o pagador do conteúdo, incluindo intermediários e pagador original do serviço;

III – direcione o usuário para acessar informações sobre o pagador do conteúdo, seja pessoa física ou jurídica, bem como seus dados de contato;

IV - direcione o usuário para acessar informações de quais as fontes de informação e os critérios utilizados para definição de público-alvo do conteúdo patrocinado;

V – inclua dados sobre todos os conteúdos que o patrocinador realizou nos últimos doze meses, incluindo aqueles em execução no momento em que receber a propaganda.

Art. 21. Para além das regras e determinações desta Lei, propagandas políticas e eleitorais devem respeitar a legislação vigente, inclusive a Lei 9.504, de 30 de setembro de 1997.

Art. 22. Os provedores de aplicação devem requerer aos patrocinadores de conteúdos que confirmem sua identificação e localização, inclusive por meio da apresentação de documento de identidade válido.

Art. 23. As redes sociais devem tornar pública, em plataforma de acesso irrestrito e facilitado, dados sobre todos os conteúdos patrocinados ativos e inativos relacionados a temas sociais, eleitorais e políticos.

CAPÍTULO IV

DA ATUAÇÃO DO PODER PÚBLICO

Art. 24. A aplicação de internet de pessoa jurídica do poder público deve:

I – disponibilizar mecanismo acessível e destacado para qualquer usuário reportar desinformação; e

II – utilizar as diretrizes de rotulagem de conteúdos patrocinados promovidos pelo setor público.



Parágrafo único. As pessoas jurídicas a que se refere o caput deste artigo são aquelas definidas no art. 1º, da Lei nº 12.527, de 18 de novembro de 2011.

Art. 25. O cumprimento do dever constitucional do Estado na prestação da educação, em todos os níveis de ensino, inclui a capacitação, integrada a outras práticas educacionais, para o uso seguro, consciente e responsável da internet, incluindo campanhas para evitar a desinformação na internet e promover a transparência sobre conteúdos patrocinados.

Art. 26. O Estado deve incluir nos estudos de que trata o art. 28 da Lei nº 12.965, de 2014, diagnósticos sobre a desinformação na internet e a transparência de conteúdo patrocinado na internet.

Art. 27. A União, os Estados, o Distrito Federal e os Municípios devem promover campanhas para servidores públicos sobre a importância do combate à desinformação e transparência de conteúdos patrocinados na internet.

CAPÍTULO V DAS SANÇÕES

Art. 28. Sem prejuízo das demais sanções civis, criminais ou administrativas, os provedores de aplicação ficam sujeitos às seguintes penalidades a serem aplicadas pelo Poder Judiciário, assegurados o devido processo legal, a ampla defesa e o contraditório:

I - advertência, com indicação de prazo para adoção de medidas corretivas;

II - multa;

III - suspensão temporária das atividades;

IV - proibição de exercício das atividades no país.

§1º Para fixação e gradação da sanção, deverão ser observados:

I - a gravidade do fato, a partir da consideração dos motivos da infração e das consequências nas esferas individual e coletiva;

II - a reincidência na prática de infrações previstas nesta Lei;

III - a capacidade econômica do infrator, no caso de aplicação da sanção prevista no inciso II do caput.

§2º Para efeito do §1º, a cominação das sanções contidas nos incisos III e IV do caput está condicionada à prévia aplicação daquelas enunciadas pelos incisos I e II nos doze meses anteriores ao cometimento da infração.



CAPÍTULO VI
DISPOSIÇÕES FINAIS

Art. 29. Os provedores de rede social e provedores de serviço de mensageria privada devem nomear mandatários judiciais no Brasil, aos quais serão dirigidos os atos processuais decorrentes da aplicação desta Lei, tornando essa informação facilmente disponível na plataforma digital.

Art. 30. A Lei nº 8.429, de 2 de junho de 1992, passa a vigorar com a seguinte alteração:

“Art. 11.

.....
.....

XI – disseminar ou concorrer para a disseminação de desinformação, por meio de contas inautênticas, disseminadores artificiais ou redes de disseminação artificial de desinformação.” (NR)

Art. 31. Esta Lei entra em vigor noventa dias após sua publicação.



LEGISLAÇÃO CITADA

- Constituição de 1988 - CON-1988-10-05 - 1988/88
<https://www.lexml.gov.br/urn/urn:lex:br:federal:constituicao:1988;1988>
- Lei nº 8.429, de 2 de Junho de 1992 - Lei da Improbidade Administrativa; Lei do Enriquecimento Ilícito (1992); Lei do Colarinho Branco (1992) - 8429/92
<https://www.lexml.gov.br/urn/urn:lex:br:federal:lei:1992;8429>
- Lei nº 9.504, de 30 de Setembro de 1997 - Lei das Eleições (1997); Lei Geral das Eleições (1997) - 9504/97
<https://www.lexml.gov.br/urn/urn:lex:br:federal:lei:1997;9504>
 - artigo 36
- Lei nº 12.527, de 18 de Novembro de 2011 - Lei de Acesso à Informação, LAI - 12527/11
<https://www.lexml.gov.br/urn/urn:lex:br:federal:lei:2011;12527>
 - artigo 1º
- Lei nº 12.965, de 23 de Abril de 2014 - Marco Civil da Internet - 12965/14
<https://www.lexml.gov.br/urn/urn:lex:br:federal:lei:2014;12965>
- Lei nº 13.709 de 14/08/2018 - LEI-13709-2018-08-14 , LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS - 13709/18
<https://www.lexml.gov.br/urn/urn:lex:br:federal:lei:2018;13709>

**ANEXO B – PL 2630/2020b, REDAÇÃO APÓS A VOTAÇÃO NO SENADO
FEDERAL**

Institui a Lei Brasileira de Liberdade,
Responsabilidade e Transparência na
Internet.

Apresentação: 03/07/2020 16:29 - SEPRO

PL n.2630/2020

O Congresso Nacional decreta:

CAPÍTULO I
DISPOSIÇÕES PRELIMINARES

Art. 1º Esta Lei, denominada Lei Brasileira de Liberdade, Responsabilidade e Transparência na Internet, estabelece normas, diretrizes e mecanismos de transparência para provedores de redes sociais e de serviços de mensageria privada a fim de garantir segurança e ampla liberdade de expressão, comunicação e manifestação do pensamento.

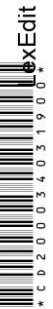
§ 1º Esta Lei não se aplica aos provedores de redes sociais e de serviços de mensageria privada que ofertem serviços ao público brasileiro com menos de 2.000.000 (dois milhões) de usuários registrados, para os quais as disposições desta Lei servirão de parâmetro para aplicação de programa de boas práticas, com vistas à adoção de medidas adequadas e proporcionais no combate ao comportamento inautêntico e na transparência sobre conteúdos pagos.

§ 2º O disposto no **caput** aplica-se, inclusive, aos provedores de redes sociais e de serviços de mensageria privada sediados no exterior, desde que ofertem serviço ao público brasileiro ou que pelo menos uma integrante do mesmo grupo econômico possua estabelecimento no Brasil.

Art. 2º O disposto nesta Lei deve considerar os princípios e garantias previstos nas Leis nº 9.504, de 30 de setembro de 1997 (Lei das Eleições), nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), nº 12.965, de 23 de abril de 2014 (Marco Civil da Internet), e nº 13.709, de 14 de agosto de 2018 (Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais).

Art. 3º Esta Lei será pautada pelos seguintes princípios:

- I – liberdade de expressão e de imprensa;
- II – garantia dos direitos de personalidade, da dignidade, da honra e da privacidade do indivíduo;
- III – respeito ao usuário em sua livre formação de preferências políticas e de uma visão de mundo pessoal;
- IV – responsabilidade compartilhada pela preservação de uma esfera pública livre, plural, diversa e democrática;
- V – garantia da confiabilidade e da integridade dos sistemas informacionais;
- VI – promoção do acesso ao conhecimento na condução dos assuntos de interesse público;



- VII – acesso amplo e universal aos meios de comunicação e à informação;
- VIII – proteção dos consumidores; e
- IX – transparência nas regras para veiculação de anúncios e conteúdos pagos.

Art. 4º Esta Lei tem como objetivos:

I – o fortalecimento do processo democrático por meio do combate ao comportamento inautêntico e às redes de distribuição artificial de conteúdo e do fomento ao acesso à diversidade de informações na internet no Brasil;

II – a defesa da liberdade de expressão e o impedimento da censura no ambiente **online**;

III – a busca por maior transparência das práticas de moderação de conteúdos postados por terceiros em redes sociais, com a garantia do contraditório e da ampla defesa; e

IV – a adoção de mecanismos e ferramentas de informação sobre conteúdos impulsionados e publicitários disponibilizados para o usuário.

Art. 5º Para os efeitos desta Lei, considera-se:

I – conta identificada: conta cujo titular tenha sido plenamente identificado pelo provedor de aplicação, mediante confirmação dos dados por ele informados previamente;

II – conta inautêntica: conta criada ou usada com o propósito de assumir ou simular identidade de terceiros para enganar o público, ressalvados o direito ao uso de nome social e à pseudonímia nos termos desta Lei, bem como o explícito ânimo humorístico ou de paródia;

III – rede de distribuição artificial: comportamento coordenado e articulado por intermédio de contas automatizadas ou por tecnologia não fornecida ou autorizada pelo provedor de aplicação de internet, ressalvadas as que utilizam interface de programação de aplicações, com o fim de impactar de forma artificial a distribuição de conteúdos;

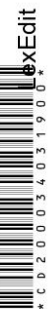
IV – conta automatizada: conta preponderantemente gerida por qualquer programa de computador ou tecnologia para simular ou substituir atividades humanas na distribuição de conteúdo em provedores de redes sociais e de serviços de mensageria privada;

V – conteúdo: dados ou informações, processados ou não, contidos em qualquer meio, suporte ou formato, compartilhados em redes sociais ou serviços de mensageria privada, independentemente da forma de distribuição, publicação ou transmissão utilizada pela internet;

VI – publicidade: mensagens publicitárias veiculadas em troca de pagamento pecuniário ou valor estimável em dinheiro para as empresas enquadradas nesta Lei;

VII – impulsionamento: ampliação do alcance de conteúdos mediante pagamento pecuniário ou valor estimável em dinheiro para as empresas enquadradas nesta Lei;

VIII – rede social: aplicação de internet que se destina a realizar a conexão de usuários entre si, permitindo e tendo como centro da atividade a comunicação, o



compartilhamento e a disseminação de conteúdo em um mesmo sistema de informação através de contas conectadas ou acessíveis entre si de forma articulada; e

IX – serviço de mensageria privada: aplicação de internet que viabiliza o envio de mensagens para destinatários certos e determinados, inclusive protegidas por criptografia de ponta a ponta, a fim de que somente remetente e destinatário da mensagem tenham acesso ao seu conteúdo, excluídas aquelas prioritariamente destinadas a uso corporativo e os serviços de correio eletrônico.

Parágrafo único. Para os propósitos desta Lei, não serão considerados provedores de redes sociais na internet os provedores de conteúdo que constituam empresas jornalísticas, nos termos do art. 222 da Constituição Federal.

CAPÍTULO II

DA RESPONSABILIDADE E DA TRANSPARÊNCIA NO USO DE REDES SOCIAIS E DE SERVIÇOS DE MENSAGERIA PRIVADA

Seção I

Disposições Gerais

Art. 6º Com o objetivo de proteger a liberdade de expressão e o acesso à informação e fomentar o livre fluxo de ideias na internet, os provedores de redes sociais e de serviços de mensageria privada, no âmbito e nos limites técnicos de seu serviço, devem adotar medidas para:

I – vedar o funcionamento de contas inautênticas;

II – vedar contas automatizadas não identificadas como tal, entendidas como aquelas cujo caráter automatizado não foi comunicado ao provedor de aplicação e, publicamente, aos usuários; e

III – identificar todos os conteúdos impulsionados e publicitários cuja distribuição tenha sido realizada mediante pagamento ao provedor de redes sociais.

§ 1º As vedações do **caput** não implicarão restrição à manifestação artística, intelectual ou de conteúdo satírico, religioso, político, ficcional ou literário, ou a qualquer outra forma de manifestação cultural, nos termos dos arts. 5º, inciso IX, e 220 da Constituição Federal.

§ 2º A identificação de conteúdos impulsionados e publicitários de que trata este artigo deve ser disponibilizada de maneira destacada aos usuários e mantida inclusive quando o conteúdo ou mensagem for compartilhado, encaminhado ou repassado de qualquer maneira.

§ 3º Os provedores de redes sociais e de serviços de mensageria privada devem desenvolver procedimentos contínuos para melhorar sua capacidade técnica para o cumprimento das obrigações estabelecidas neste artigo.

§ 4º Os provedores de redes sociais e de serviços de mensageria privada devem adotar medidas técnicas que viabilizem a identificação de contas que apresentem movimentação incompatível com a capacidade humana, devendo informá-las em seus termos de uso ou outros documentos disponíveis aos usuários.

§ 5º Os provedores de redes sociais e de serviços de mensageria privada desenvolverão políticas de uso que limitem o número de contas controladas pelo mesmo usuário.

Seção II Do Cadastro de Contas

Art. 7º Os provedores de redes sociais e de serviços de mensageria privada poderão requerer dos usuários e responsáveis pelas contas, em caso de denúncias por desrespeito a esta Lei, no caso de indícios de contas automatizadas não identificadas como tal, de indícios de contas inautênticas ou ainda nos casos de ordem judicial, que confirmem sua identificação, inclusive por meio da apresentação de documento de identidade válido.

Parágrafo único. Os provedores de redes sociais e de serviços de mensageria privada deverão desenvolver medidas técnicas para detectar fraude no cadastro e o uso de contas em desacordo com a legislação, devendo informá-las em seus termos de uso ou em outros documentos disponíveis aos usuários.

Art. 8º Os serviços de mensageria privada que ofereçam serviços vinculados exclusivamente a números de celulares ficam obrigados a suspender as contas de usuários que tiveram os contratos rescindidos pelas operadoras de telefonia ou pelos usuários do serviço.

§ 1º Para o cumprimento do **caput**, os serviços de mensageria privada deverão solicitar os números objeto de contratos rescindidos às operadoras de telefonia, que os disponibilizarão, sem acréscimo de quaisquer outros dados cadastrais, conforme regulamentação.

§ 2º O disposto no **caput** não se aplica aos casos em que os usuários tenham solicitado a vinculação da conta a novo número de telefone.

Seção III Dos Serviços de Mensageria Privada

Art. 9º Os provedores de serviços de mensageria privada devem estabelecer políticas de uso destinadas a:

I – projetar suas plataformas para manterem a natureza interpessoal do serviço;

II – limitar o número de encaminhamentos de uma mesma mensagem a usuários ou grupos, bem como o número máximo de membros por grupo;

III – instituir mecanismo para aferir consentimento prévio do usuário para inclusão em grupos de mensagens, listas de transmissão ou mecanismos equivalentes de encaminhamento de mensagens para múltiplos destinatários; e

IV – desabilitar, por padrão, a autorização para inclusão em grupos e em listas de transmissão ou mecanismos equivalentes de encaminhamento de mensagens para múltiplos destinatários.



Art. 10. Os serviços de mensageria privada devem guardar os registros dos envios de mensagens veiculadas em encaminhamentos em massa, pelo prazo de 3 (três) meses, resguardada a privacidade do conteúdo das mensagens.

§ 1º Considera-se encaminhamento em massa o envio de uma mesma mensagem por mais de 5 (cinco) usuários, em intervalo de até 15 (quinze) dias, para grupos de conversas, listas de transmissão ou mecanismos similares de agrupamento de múltiplos destinatários.

§ 2º Os registros de que trata o **caput** devem conter a indicação dos usuários que realizaram encaminhamentos em massa da mensagem, com data e horário do encaminhamento e o quantitativo total de usuários que receberam a mensagem.

§ 3º O acesso aos registros somente poderá ocorrer com o objetivo de responsabilização pelo encaminhamento em massa de conteúdo ilícito, para constituição de prova em investigação criminal e em instrução processual penal, mediante ordem judicial, nos termos da Seção IV do Capítulo III da Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014 (Marco Civil da Internet).

§ 4º A obrigatoriedade de guarda prevista neste artigo não se aplica às mensagens que alcançarem quantitativo total inferior a 1.000 (mil) usuários, devendo seus registros ser destruídos nos termos da Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018 (Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais).

Art. 11. São vedados o uso e a comercialização de ferramentas externas aos provedores de serviços de mensageria privada voltadas ao encaminhamento em massa de mensagens, ressalvada a utilização de protocolos tecnológicos padronizados para a interação de aplicações de internet.

Parágrafo único. O provedor de serviços de mensageria privada deverá tomar medidas, no âmbito e nos limites técnicos de seu serviço, para coibir o uso dessas ferramentas.

Seção IV Dos Procedimentos de Moderação

Art. 12. Os provedores de aplicação de internet submetidos a esta Lei devem garantir o direito de acesso à informação e à liberdade de expressão de seus usuários nos processos de elaboração e aplicação de seus termos de uso, disponibilizando mecanismos de recurso e devido processo.

§ 1º Em caso de denúncia ou de medida aplicada em função dos termos de uso das aplicações ou da presente Lei que recaia sobre conteúdos e contas em operação, o usuário deve ser notificado sobre a fundamentação, o processo de análise e a aplicação da medida, assim como sobre os prazos e procedimentos para sua contestação.

§ 2º Os provedores dispensarão a notificação aos usuários se verificarem risco:

- I – de dano imediato de difícil reparação;
- II – para a segurança da informação ou do usuário;
- III – de violação a direitos de crianças e adolescentes;
- IV – de crimes tipificados na Lei nº 7.716, de 5 de janeiro de 1989;



V – de grave comprometimento da usabilidade, integridade ou estabilidade da aplicação.

§ 3º Deve ser garantido pelo provedor o direito de o usuário recorrer da indisponibilização de conteúdos e contas.

§ 4º Havendo dano decorrente da caracterização equivocada de conteúdos como violadores dos padrões de uso de aplicações ou do disposto na presente Lei, caberá ao provedor de redes sociais repará-lo, no âmbito e nos limites técnicos do serviço.

§ 5º O prazo de defesa será diferido nos casos de conteúdo que use imagem ou voz manipuladas para imitar a realidade, com o objetivo de induzir a erro acerca da identidade de candidato a cargo público, ressalvados o ânimo humorístico ou de paródia.

§ 6º A decisão do procedimento de moderação deverá assegurar ao ofendido o direito de resposta na mesma medida e alcance do conteúdo considerado inadequado.

Seção V Da Transparência

Subseção I Dos Relatórios

Art. 13. Os provedores de redes sociais devem produzir relatórios trimestrais de transparência, disponibilizados em seus sítios eletrônicos, em português, para informar os procedimentos e as decisões de tratamento de conteúdos gerados por terceiros no Brasil, bem como as medidas empregadas para o cumprimento desta Lei.

§ 1º Os relatórios devem conter, no mínimo:

I – número total de usuários que acessaram os provedores de redes sociais a partir de conexões localizadas no Brasil e número de usuários brasileiros ativos no período analisado;

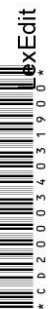
II – número total de medidas de moderação de contas e conteúdos adotadas em razão do cumprimento dos termos de uso privado dos provedores de redes sociais, especificando as motivações, a metodologia utilizada na detecção da irregularidade e o tipo de medida adotada;

III – número total de medidas de moderação de contas adotadas em razão do cumprimento desta Lei, especificando as motivações, a metodologia utilizada na detecção da irregularidade e o tipo de medida adotada;

IV – número total de medidas de moderação de contas e conteúdos adotadas em razão de cumprimento de ordem judicial, especificando as motivações;

V – número total de contas automatizadas e de redes de distribuição artificial detectadas pelo provedor e de conteúdos impulsionados e publicitários não identificados, especificando as correspondentes medidas adotadas e suas motivações e a metodologia utilizada na detecção da irregularidade;

VI – número total de medidas de identificação de conteúdo e os tipos de identificação, remoções ou suspensões que foram revertidas pela plataforma;



VII – características gerais do setor responsável por políticas aplicáveis a conteúdos gerados por terceiros, incluindo informações sobre a qualificação, independência e a integridade das equipes de revisão de conteúdo, por pessoa natural;

VIII – médias de tempo entre a detecção de irregularidades e a adoção de medidas em relação às contas e aos conteúdos referidos nos incisos II, III e IV;

IX – dados relacionados a engajamentos ou interações com conteúdos que foram identificados como irregulares, incluindo número de visualizações e de compartilhamentos e alcance; e

X – atualizações das políticas e termos de uso feitas no trimestre, a data da modificação e a justificativa para a sua adoção.

§ 2º Os dados e os relatórios publicados devem ser disponibilizados com padrões tecnológicos abertos que permitam a comunicação, a acessibilidade e a interoperabilidade entre aplicações e bases de dados.

§ 3º Os relatórios de transparência devem ser disponibilizados ao público em até 30 (trinta) dias após o término do trimestre.

§ 4º Os relatórios e dados disponibilizados devem apontar a relação entre contas automatizadas não identificadas como tal, contas e disseminação de conteúdos, de modo que seja possível a identificação de redes artificiais de disseminação de conteúdo.

§ 5º A não disponibilização das informações na forma prevista no **caput** requer justificativa técnica adequada.

§ 6º Resguardado o respeito à proteção de dados pessoais, os provedores de redes sociais devem facilitar o compartilhamento de dados com instituições de pesquisa acadêmica, incluindo os dados desagregados.

Subseção II Dos Impulsionamentos e Da Publicidade

Art. 14. Os provedores de redes sociais devem identificar todos os conteúdos impulsionados e publicitários, de modo que:

I – identifique a conta responsável pelo impulsionamento ou anunciante; e

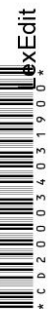
II – permita ao usuário acessar informações de contato da conta responsável pelo impulsionamento ou o anunciante.

Art. 15. Os provedores de redes sociais que fornecerem impulsionamento de propaganda eleitoral ou de conteúdos que mencionem candidato, coligação ou partido devem disponibilizar ao público todo o conjunto de anúncios para efeito de checagem pela Justiça Eleitoral e outros fins, incluindo:

I – valor total gasto pelo candidato, partido ou coligação para realização de propaganda na internet por meio de impulsionamento de conteúdo no respectivo provedor de aplicação;

II – identificação do anunciante, por meio do número de inscrição no Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica (CNPJ) ou no Cadastro de Pessoas Físicas (CPF) do responsável pela contratação do impulsionamento;

III – tempo de veiculação;



IV – identificação de que o conteúdo se relaciona a propaganda eleitoral, nos termos do art. 57-C da Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997 (Lei das Eleições); e

V – características gerais da audiência contratada.

Art. 16. Os provedores de redes sociais devem disponibilizar mecanismos para fornecer aos usuários as informações do histórico dos conteúdos impulsionados e publicitários com os quais a conta teve contato nos últimos 6 (seis) meses.

Art. 17. Os provedores de redes sociais devem requerer dos anunciantes e responsáveis pelas contas que impulsionam conteúdos que confirmem sua identificação, inclusive por meio da apresentação de documento de identidade válido.

Parágrafo único. O nome e a identidade do contratante de impulsionamento ou publicidade devem ser mantidos em sigilo pelos provedores de aplicação, podendo ser exigíveis por ordem judicial nos termos do art. 22 da Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014 (Marco Civil da Internet).

CAPÍTULO III DA ATUAÇÃO DO PODER PÚBLICO

Art. 18. São consideradas de interesse público, submetendo-se aos princípios da Administração Pública, as contas de redes sociais utilizadas por entidades e órgãos da Administração Pública, direta ou indireta, e dos agentes políticos cuja competência advém da própria Constituição, especialmente:

I – os detentores de mandatos eletivos dos Poderes Executivo e Legislativo da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios;

II – os ocupantes, no Poder Executivo, dos cargos de:

a) Ministro de Estado, Secretário de Estado, Secretário Municipal ou equiparados; e

b) Presidente, Vice-Presidente e Diretor das entidades da Administração Pública indireta da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios;

III – Presidente, Vice-Presidente e Conselheiro do Tribunal de Contas da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios.

§ 1º As contas de que trata o **caput** não poderão restringir o acesso de outras contas às suas publicações.

§ 2º Caso possua mais de uma conta em uma plataforma, o agente político indicará aquela que representa oficialmente seu mandato ou cargo, sendo as demais eximidas das obrigações deste artigo.

Art. 19. As entidades e os órgãos da Administração Pública, direta ou indireta, deverão fazer constar nos seus portais de transparência os seguintes dados sobre a contratação de serviços de publicidade e propaganda ou impulsionamento de conteúdo por meio da internet:

I – valor do contrato;

II – dados da empresa contratada e forma de contratação;

III – conteúdo da campanha;

IV – mecanismo de distribuição dos recursos;



- V – critérios de definição do público-alvo;
- VI – lista das páginas, aplicativos, jogos, canais, sítios eletrônicos e outros meios em que tais recursos foram aplicados; e
- VII – número de aparições e valor aplicado na soma das aparições.

Art. 20. A Administração Pública deverá coibir a destinação de publicidade para sítios eletrônicos e contas em redes sociais que promovam atos de incitação à violência contra pessoa ou grupo, especialmente em razão de sua raça, cor, etnia, sexo, características genéticas, convicções filosóficas, deficiência física, imunológica, sensorial ou mental, por ter cumprido pena ou por qualquer particularidade ou condição.

Art. 21. O cumprimento do dever constitucional do Estado na prestação da educação, em todos os níveis de ensino, inclui a capacitação, integrada a outras práticas educacionais, inclusive campanhas, para o uso seguro, consciente e responsável da internet e a promoção da transparência sobre conteúdos patrocinados.

Art. 22. O Poder Público, em especial o Ministério Público e o Poder Judiciário, deve desenvolver ações direcionadas para responder aos danos coletivos resultantes de condutas de que trata esta Lei, incluindo a criação de áreas especializadas e a capacitação do corpo funcional.

Art. 23. As entidades e órgãos da Administração Pública, direta ou indireta, devem editar norma interna dispondo sobre sua estratégia de comunicação social, bem como sobre o funcionamento de mecanismo acessível ao público para eventuais pedidos de revisão ou remoção das postagens.

§ 1º As instituições a que se refere o **caput** podem estabelecer manual de boas práticas, com caráter recomendatório, para uso de seus servidores exclusivamente no exercício de suas funções.

§ 2º A eventual remoção a que se refere o **caput** deste artigo não desobriga as entidades de sua preservação para fins de documentação de atos públicos e transparência conforme a lei.

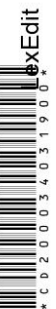
Art. 24. É vedado perseguir ou de qualquer forma prejudicar o servidor público em função de conteúdo por ele compartilhado em caráter privado, fora do exercício de suas funções e que não constitua material cuja publicação tenha vedação prevista em lei.

CAPÍTULO IV

DO CONSELHO DE TRANSPARÊNCIA E RESPONSABILIDADE NA INTERNET

Art. 25. O Congresso Nacional instituirá, em até 60 (sessenta) dias contados da publicação desta Lei, em ato próprio, conselho que terá como atribuição a realização de estudos, pareceres e recomendações sobre liberdade, responsabilidade e transparência na internet.

Parágrafo único. O Conselho de Transparência e Responsabilidade na Internet é o órgão responsável pelo acompanhamento das medidas de que trata esta Lei, e a ele compete:



I – elaborar seu regimento interno, que, para entrar em vigor, deverá ser aprovado pela Mesa do Senado Federal;

II – elaborar código de conduta para redes sociais e serviços de mensageria privada, a ser avaliado e aprovado pelo Congresso Nacional, aplicável para a garantia dos princípios e objetivos estabelecidos nos arts. 3º e 4º desta Lei, dispendo sobre fenômenos relevantes no uso de plataformas por terceiros, incluindo, no mínimo, desinformação, discurso de incitação à violência, ataques à honra e intimidação vexatória;

III – avaliar os dados constantes nos relatórios de que trata o art. 13 desta Lei;

IV – publicar indicadores sobre o cumprimento dos códigos de conduta pelo setor;

V – avaliar a adequação das políticas de uso adotadas pelos provedores de redes sociais e de serviços de mensageria privada;

VI – organizar, anualmente, conferência nacional sobre liberdade, responsabilidade e transparência na internet;

VII – realizar estudos para a criação de fundo para financiamento da educação digital no Brasil;

VIII – avaliar os procedimentos de moderação adotados pelos provedores de redes sociais, bem como sugerir diretrizes para sua implementação;

IX – promover estudos e debates para aprofundar o entendimento sobre desinformação, e o seu combate, no contexto da internet e das redes sociais;

X – certificar a entidade de autorregulação que atenda aos requisitos previstos nesta Lei; e

XI – estabelecer diretrizes e fornecer subsídios para a autorregulação e para as políticas de uso dos provedores de redes sociais e de serviços de mensageria privada.

Art. 26. O Conselho de Transparência e Responsabilidade na Internet compõe-se de 21 (vinte e um) conselheiros, com mandato de 2 (dois) anos, admitida 1 (uma) recondução, sendo:

I – 1 (um) representante do Senado Federal;

II – 1 (um) representante da Câmara dos Deputados;

III – 1 (um) representante do Conselho Nacional de Justiça;

IV – 1 (um) representante do Conselho Nacional do Ministério Público;

V – 1 (um) representante do Comitê Gestor da Internet no Brasil;

VI – 5 (cinco) representantes da sociedade civil;

VII – 2 (dois) representantes da academia e comunidade técnica;

VIII – 2 (dois) representantes dos provedores de acesso, aplicações e conteúdo

da internet;

IX – 2 (dois) representantes do setor de comunicação social;

X – 1 (um) representante do setor de telecomunicações;

XI – 1 (um) representante do Conselho Nacional dos Chefes de Polícia Civil;

XII – 1 (um) representante do Departamento de Polícia Federal;

XIII – 1 (um) representante da Agência Nacional de Telecomunicações

(Anatel); e

XIV – 1 (um) representante do Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária (Conar).

§ 1º Os membros do Conselho de Transparência e Responsabilidade na Internet serão aprovados pelo Congresso Nacional dentre brasileiros maiores de idade e com reputação ilibada.

§ 2º Os representantes dos setores previstos nos incisos VI a X deverão ter notório conhecimento em temáticas afins à presente Lei e serão indicados a partir de procedimento definido entre seus pares, por associações e entidades representativas de cada setor.

§ 3º Os membros do Conselho de Transparência e Responsabilidade na Internet prestam serviço público relevante e não serão remunerados pelo exercício de suas atividades no Conselho.

§ 4º Não poderão ser conselheiros os membros dos Poderes Executivo, Legislativo ou Judiciário, pessoas que ocupem cargo público de que sejam demissíveis **ad nutum** ou pessoas vinculadas ou filiadas a partido político.

Art. 27. O Presidente e o Vice-Presidente do Conselho de Transparência e Responsabilidade na Internet serão eleitos dentre os seus membros para mandato de 1 (um) ano, admitida 1 (uma) recondução.

Art. 28. O Conselho de Transparência e Responsabilidade na Internet, presente a maioria absoluta dos seus membros, reunir-se-á, ordinariamente, na periodicidade prevista em seu regimento interno, na sede do Congresso Nacional.

Parágrafo único. A convocação extraordinária do Conselho de Transparência e Responsabilidade na Internet far-se-á pelo Presidente do Senado Federal, pelo seu Presidente ou a requerimento de 5 (cinco) de seus membros.

Art. 29. As despesas com a instalação e o funcionamento do Conselho de Transparência e Responsabilidade na Internet correrão à conta do orçamento do Senado Federal.

CAPÍTULO V DA AUTORREGULAÇÃO REGULADA

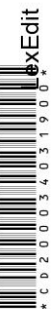
Art. 30. Os provedores de redes sociais e de serviços de mensageria privada poderão criar instituição de autorregulação voltada à transparência e à responsabilidade no uso da internet, com as seguintes atribuições:

I – criar e administrar plataforma digital voltada à transparência e à responsabilidade no uso da internet, que contenha regras e procedimentos para decidir sobre a adoção de medida informativa, atendendo ao disposto nesta Lei;

II – assegurar a independência e a especialidade de seus analistas;

III – disponibilizar serviço eficiente de atendimento e encaminhamento de reclamações;

IV – estabelecer requisitos claros, objetivos e acessíveis para a participação dos provedores de redes sociais e serviços de mensageria privada;



V – incluir em seu quadro uma ouvidoria independente com a finalidade de receber críticas e avaliar as atividades da instituição; e

VI – desenvolver, em articulação com as empresas de telefonia móvel, boas práticas para suspensão das contas de usuários cuja autenticidade for questionada ou cuja inautenticidade for estabelecida.

§ 1º A instituição de autorregulação deverá ser certificada pelo Conselho de Transparência e Responsabilidade na Internet.

§ 2º A instituição de autorregulação poderá elaborar e encaminhar ao Conselho de Transparência e Responsabilidade na Internet relatórios trimestrais em atendimento ao disposto nesta Lei, bem como informações acerca das políticas de uso e de monitoramento de volume de conteúdo compartilhado pelos usuários dos serviços de mensageria privada.

§ 3º A instituição de autorregulação aprovará resoluções e súmulas de modo a regular seus procedimentos de análise.

CAPÍTULO VI DAS SANÇÕES

Art. 31. Sem prejuízo das demais sanções civis, criminais ou administrativas, os provedores de redes sociais e de serviços de mensageria privada ficam sujeitos a:

I – advertência, com indicação de prazo para adoção de medidas corretivas; ou

II – multa de até 10% (dez por cento) do faturamento do grupo econômico no Brasil no seu último exercício.

§ 1º Na aplicação da sanção, a autoridade judicial observará a proporcionalidade, considerando a condição econômica do infrator, as consequências da infração na esfera coletiva e a reincidência.

§ 2º Para os efeitos desta Lei, será considerado reincidente aquele que repetir, no prazo de 6 (seis) meses, condutas anteriormente sancionadas.

CAPÍTULO VII DISPOSIÇÕES FINAIS

Art. 32. Os provedores de redes sociais e de serviços de mensageria privada deverão ter sede e nomear representantes legais no Brasil, informações que serão disponibilizadas em seus sítios na internet, bem como manter acesso remoto, a partir do Brasil, aos seus bancos de dados, os quais conterão informações referentes aos usuários brasileiros e servirão para a guarda de conteúdos nas situações previstas em lei, especialmente para atendimento de ordens de autoridade judicial brasileira.

Art. 33. Os valores das multas aplicadas com base nesta Lei serão destinados ao Fundo de Manutenção e Desenvolvimento da Educação Básica e de Valorização dos Profissionais da Educação (Fundeb) e serão empregados em ações de educação e alfabetização digitais.



Apresentação: 03/07/2020 16:29 - SEPRO
PL n.2630/2020

Art. 34. O art. 1º da Lei nº 10.703, de 18 de julho de 2003, passa a vigorar com a seguinte redação:

“Art. 1º

§ 1º O cadastro referido no **caput** deste artigo será realizado mediante comparecimento presencial do usuário ou mediante processo digital, conforme regulamentação, e conterá, além do nome e do endereço completos:

I – no caso de pessoa física, o número do documento de identidade e o número de registro no Cadastro de Pessoas Físicas;

II – no caso de pessoa jurídica, o número de registro no Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica;

.....
§ 4º A regulamentação do cadastramento de que trata o § 1º deverá trazer procedimentos de verificação da veracidade dos números dos registros no Cadastro de Pessoas Físicas ou no Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica utilizados para a ativação de chips pré-pagos.

§ 5º Os órgãos governamentais envolvidos na regulamentação do cadastramento de que trata o § 1º e as operadoras de telefonia deverão manter esforços constantes para o controle da autenticidade e validade dos registros, inclusive dos já existentes.” (NR)

Art. 35. A Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014 (Marco Civil da Internet), passa a vigorar com as seguintes alterações:

“Art. 5º

.....
VIII – registros de acesso a aplicações de internet: o conjunto de informações referentes à data e hora de uso de uma determinada aplicação de internet a partir de um determinado endereço IP e a porta lógica, quando o IP for nateado;

IX – nateamento de IP: o compartilhamento de um IP para mais de uma conexão ou usuário único, individualizadas através de diferentes portas lógicas; e

X – portas lógicas: os dispositivos que operam e trabalham com um ou mais sinais lógicos de entrada para produzir uma e somente uma saída.” (NR)

“Art. 15. O provedor de aplicações de internet constituído na forma de pessoa jurídica e que exerça essa atividade de forma organizada, profissionalmente e com fins econômicos deverá manter os respectivos registros de acesso a aplicações de internet, inclusive os registros que individualizem o usuário de um IP de maneira inequívoca, sob sigilo, em ambiente controlado e de segurança, pelo prazo de 6 (seis) meses, nos termos do regulamento.

.....” (NR)





Art. 36. Esta Lei entra em vigor:
I – na data de sua publicação, quanto aos arts. 25, 26, 27, 28 e 29; e
II – após decorridos 90 (noventa) dias de sua publicação oficial, quanto aos demais artigos, observado o disposto no art. 16 da Constituição Federal.

Senado Federal, em de de 2020.

Senador Davi Alcolumbre
Presidente do Senado Federal



**ANEXO C – PL 2630/2020C, REDAÇÃO ATUAL DO PROJETO, NA CÂMARA DOS
DEPUTADOS**

SUBSTITUTIVO AO PL Nº 2.630, de 2020

(APENSOS PROJETOS DE LEI NºS PL 3063/2020, PL 3144/2020, PL 3627/2020, PL 1676/2015, PL 2712/2015, PL 346/2019, PL 283/2020, PL 2854/2020, PL 3029/2020, PL 2883/2020, PL 649/2021, PL 3119/2020, PL 1589/2021, PL 2393/2021, PL 2831/2021, PL 3395/2020, PL 291/2021, PL 449/2021, PL 3700/2021, PL 3573/2020, PL 213/2021, PL 495/2021, PL 2401/2021, PL 127/2021, PL 246/2021, PL 1362/2021, PL 865/2021, PL 2390/2021, PL 10860/2018, PL 5776/2019, PL 475/2020, PL 4418/2020, PL 1743/2021, PL 3389/2019, PL 4925/2019, PL 5260/2019, PL 437/2020, PL 2284/2020, PL 6351/2019, PL 517/2020, PL 3044/2020, PL 1590/2021, PL 2989/2021, PL 2763/2020, PL 6812/2017, PL 7604/2017, PL 9647/2018, PL 2601/2019, PL 2602/2019, PL 8592/2017, PL 9554/2018, PL 9554/2018, PL 9533/2018, PL 9761/2018, PL 9838/2018, PL 9884/2018, PL 9931/2018, PL 4134/2021, PL 200/2019, PL 241/2019, PL 3307/2020, PL 693/2020 (9), PL 705/2020, PL 1394/2020, PL 988/2020, PL 1923/2021, PL 1258/2020, PL 1941/2020, PL 2389/2020, PL 2790/2020, PL 1001/2021, PL 2196/2020, PL 1897/2021, PL 3857/2019, PL 1974/2019, PL 2844/2020, PL 3222/2020, PL 356/2021, PL 388/2021, PL 5959/2019, PL 1772/2021, PL 2060/2021, PL 3366/2021, PL 143/2022, PL 714/2022, PL 836/2022, PL 2516/2022, PL 125/2023, PL 1087/2023, PL 1116/2023)

Institui a Lei Brasileira de Liberdade,
Responsabilidade e Transparência na Internet.

Autor: SENADO FEDERAL; Senador
ALESSANDRO VIEIRA
Relator: Deputado ORLANDO SILVA

O Congresso Nacional decreta:

**CAPÍTULO I
DISPOSIÇÕES PRELIMINARES**

Art. 1º É instituída a Lei Brasileira de Liberdade, Responsabilidade e Transparência na Internet, destinada a estabelecer normas e mecanismos de transparência para provedores de redes sociais, ferramentas de busca, de mensageria instantânea, assim como diretrizes para seu uso.



Assinado eletronicamente pelo(a) Dep. Orlando Silva
Para verificar a assinatura, acesse <https://infoleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/CD237493373700>

Apresentação: 27/04/2023 22:09:34.540 - PLEN
PRLP 1/0
PRLP n.1



* CD 237493373700 *

Parágrafo único. As vedações e condicionantes previstos nesta Lei não implicarão restrição ao livre desenvolvimento da personalidade individual, à livre expressão e à manifestação artística, intelectual, de conteúdo satírico, religioso, político, ficcional, literário ou qualquer outra forma de manifestação cultural, nos termos dos arts. 5º e 220 da Constituição Federal.

Art. 2º Esta Lei se aplica aos seguintes provedores que, quando constituídos na forma de pessoa jurídica, ofertem serviços ao público brasileiro e exerçam atividade de forma organizada, e cujo número médio de usuários mensais no país seja superior a 10.000.000 (dez milhões):

I - redes sociais;

II - ferramentas de busca;

III - mensageria instantânea; e

IV - quanto ao disposto no art. 31, também os provedores de aplicações ofertantes de conteúdo sob demanda.

§ 1º Esta Lei não se aplica a provedores cuja atividade primordial seja:

I - de comércio eletrônico;

II - para a realização de reuniões fechadas por vídeo ou voz;

III - enciclopédias online sem fins lucrativos;

IV - repositórios científicos e educativos;

V - plataformas de desenvolvimento e compartilhamento de software de código aberto;



Assinado eletronicamente pelo(a) Dep. Orlando Silva
Para verificar a assinatura, acesse <https://infoleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/CD237493373700>

VI - busca e disponibilização de dados obtidos do poder público, em especial dos integrantes do Poder Público previstos no art. 1º da Lei nº 12.527, de 18 de novembro de 2011; e

VII – plataformas de jogos e apostas online.

§ 2º Para os fins desta lei, todas as pessoas jurídicas referidas no caput serão consideradas meios de comunicação social para efeitos do disposto no art. 22 da Lei Complementar nº 64, de 18 de maio de 1990.

Art. 3º A aplicação desta Lei deverá observar os seguintes princípios:

I – a defesa do Estado Democrático de Direito;

II – o fortalecimento do processo democrático, pluralismo político, liberdade de consciência e a liberdade de associação para fins lícitos;

III – o livre exercício da expressão e dos cultos religiosos, seja de forma presencial ou remota, e a exposição plena dos seus dogmas e livros sagrados;

IV – a liberdade de expressão, a liberdade de imprensa, o acesso à informação, o fomento à diversidade de informações no Brasil e a vedação à censura no ambiente online;

V – o livre desenvolvimento da personalidade, da dignidade, da honra e da imagem;

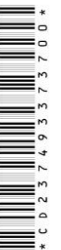
VI - a proteção de dados pessoais e da privacidade;

VII - a garantia da confiabilidade e da integridade dos sistemas informacionais;

VIII – a transparência e responsabilidade dos provedores na aplicação do disposto nesta Lei e dos seus termos de uso;



Assinado eletronicamente pelo(a) Dep. Orlando Silva
Para verificar a assinatura, acesse <https://infoleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/CD237493373700>



IX - a vedação à discriminação ilícita ou abusiva pelos provedores aos usuários;

X – a proteção dos consumidores;

XI – a proteção da saúde pública;

XII – a livre iniciativa; e

XIII – os previstos nos seguintes diplomas normativos:

a) Lei nº 4.680, de 18 de junho de 1965 – Marco Legal da Atividade Publicitária;

b) Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 - Código de Defesa do Consumidor;

c) Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014 - Marco Civil da Internet;

d) Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018 - Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais;

e) Lei nº 12.529, de 30 de novembro de 2011, que estrutura o Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência;

f) Lei nº 14.197, de 1º de setembro de 2021, que tipifica crimes contra o Estado Democrático de Direito; e

g) Lei nº 10.741, de 1º de outubro de 2003, que dispõe sobre o Estatuto da Pessoa Idosa.

§ 1º A liberdade de expressão é direito fundamental dos usuários dos provedores de que trata esta Lei, nos termos do art. 5º, inciso IX, da Constituição Federal.



Assinado eletronicamente pelo(a) Dep. Orlando Silva
Para verificar a assinatura, acesse <https://infoleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/CD237493373700>

Art. 4º Essa Lei tem como objetivos:

I – o fortalecimento do processo democrático e o fomento à diversidade de informações no Brasil;

II – a garantia da transparência dos provedores em relação a suas atividades com o usuário, incluindo a elaboração e modificação de seus termos de uso, critérios de moderação e recomendação de conteúdos e identificação de conteúdos publicitários;

III – o exercício do direito do usuário à notificação, ao contraditório, ampla defesa e devido processo em relação à moderação de conteúdos;

IV – o fomento à educação para o uso seguro, consciente e responsável da internet como instrumento para o exercício da cidadania;

V – proteção integral e prioritária dos direitos fundamentais das crianças e adolescentes; e

VI – o incentivo a um ambiente livre de assédio e discriminações.

Art. 5º Para os efeitos desta Lei, considera-se:

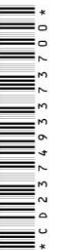
I – anunciante: usuário que paga por conteúdo publicitário;

II – conta automatizada: conta gerida, total ou preponderantemente, por programa de computador ou tecnologia para simular, substituir ou facilitar atividades humanas;

III – conteúdo: informações, processadas ou não, que podem ser utilizadas para produção e transmissão de conhecimento em sentido amplo, contidos em qualquer meio, suporte ou formato, compartilhados em uma aplicação de internet, independentemente da forma de distribuição;



Assinado eletronicamente pelo(a) Dep. Orlando Silva
Para verificar a assinatura, acesse <https://infoleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/CD237493373700>



* C D 2 3 3 7 4 9 3 3 7 3 7 0 0 *

IV – ferramenta de busca: aplicação de internet que permite a busca por palavras-chave de conteúdos elaborados por terceiros e disponíveis na internet, agrupando, organizando e ordenando os resultados mediante critérios de relevância escolhidos pela plataforma, independentemente da criação de contas, perfis de usuários ou qualquer outro registro individual, incluído indexador de conteúdo e excetuadas aquelas que se destinem exclusivamente a funcionalidades de comércio eletrônico;

V – moderação de conteúdo: elaboração e aplicação de regras sobre contas e conteúdos gerados por terceiros que impliquem a exclusão, indisponibilização, redução ou promoção de alcance, sinalização de conteúdos, desindexação e outras com efeito análogo, bem como as medidas empregadas para o cumprimento desta Lei, nos termos da regulamentação;

VI – perfilamento: qualquer forma de tratamento de dados, automatizada ou não, para avaliar aspectos pessoais de uma pessoa natural, objetivando classificá-la em grupos ou perfis, ou para a formação do perfil comportamental ou definição de seu perfil pessoal a que se refere a Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018;

VII – plataformas de publicidade programática: aplicação de internet que faça intermediação entre anunciantes e empresas que oferecem espaço para publicidade na internet, de forma automatizada, por meio de software algorítmico;

VIII – provedor: aplicação de internet de redes sociais, ferramentas de busca ou mensageria instantânea, nos termos previstos no art. 2º desta Lei;

XI – publicidade de plataforma: ampliação ou impulsionamento de alcance de conteúdo em troca de pagamento pecuniário ou valor estimável em dinheiro para os provedores de que trata esta Lei;



Assinado eletronicamente pelo(a) Dep. Orlando Silva
Para verificar a assinatura, acesse <https://infoleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/CD237493373700>

X – publicidade de usuário: veiculação de conteúdo em troca de pagamento pecuniário ou valor estimável em dinheiro para usuário que utiliza os provedores de que trata esta Lei;

XI – rede social: aplicação de internet cuja principal finalidade seja o compartilhamento e a disseminação, pelos usuários, de criação, opiniões e informações, veiculados por textos ou arquivos de imagens, sonoros ou audiovisuais, em uma única plataforma, por meio de contas conectadas ou acessíveis de forma articulada, permitida a conexão entre usuários;

XII – mensageria instantânea: aplicação de internet cuja principal finalidade seja o envio de mensagens instantâneas para destinatários certos e determinados, incluindo a oferta ou venda de produtos ou serviços e aquelas protegidas por criptografia de ponta-a-ponta, com exceção dos serviços de correio eletrônico;

XIII – termos de uso: contrato estabelecido pelos provedores e o usuário de seus serviços, que estabelece regras próprias de moderação de conteúdos aplicáveis às suas contas e a conteúdos por ele gerados; e

XIV – usuário: pessoa física ou jurídica que possua conta ou utilize provedor.

CAPÍTULO II DA RESPONSABILIZAÇÃO DOS PROVEDORES

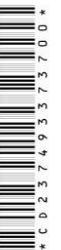
Seção I – Da responsabilização civil

Art. 6º Os provedores podem ser responsabilizados civilmente, de forma solidária:

I – pela reparação dos danos causados por conteúdos gerados por terceiros cuja distribuição tenha sido realizada por meio de publicidade de plataforma; e



Assinado eletronicamente pelo(a) Dep. Orlando Silva
Para verificar a assinatura, acesse <https://infoleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/CD237493373700>



II – por danos decorrentes de conteúdos gerados por terceiros quando houver descumprimento das obrigações de dever de cuidado, na duração do protocolo de segurança de que trata a Seção IV.

Seção II - Das obrigações de análise e atenuação de riscos sistêmicos

Art. 7º Os provedores devem identificar, analisar e avaliar diligentemente os riscos sistêmicos decorrentes da concepção ou do funcionamento dos seus serviços e dos seus sistemas relacionados, incluindo os sistemas algorítmicos.

§ 1º A avaliação de risco prevista no caput considerará diretrizes fixadas pela regulamentação e será publicada:

I - anualmente; e

II - antes da introdução de funcionalidades suscetíveis de terem um impacto crítico nos riscos identificados nos termos do presente artigo.

§ 2º A avaliação abrangerá especificamente em cada um dos serviços dos provedores e considerará os riscos sistêmicos, tendo em conta a sua gravidade e probabilidade de ocorrência, e incluirá, no mínimo, a análise dos seguintes riscos:

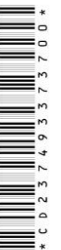
I – a difusão de conteúdos ilícitos no âmbito dos serviços de acordo com o caput do art. 11;

II – à garantia e promoção do direito à liberdade de expressão, de informação e de imprensa e ao pluralismo dos meios de comunicação social;

III – relativos à violência contra a mulher, ao racismo, à proteção da saúde pública, a crianças e adolescentes, idosos, e aqueles com consequências negativas graves para o bem-estar físico e mental da pessoa;



Assinado eletronicamente pelo(a) Dep. Orlando Silva
Para verificar a assinatura, acesse <https://infoleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/CD237493373700>



IV – ao Estado democrático de direito e à higidez do processo eleitoral; e

V - os efeitos de discriminação ilegal ou abusiva em decorrência do uso de dados pessoais sensíveis ou de impactos desproporcionais em razão de características pessoais.

§ 3º Quando da realização de avaliações de risco, os provedores terão em conta como os seguintes fatores influenciam os riscos sistêmicos referidos no § 2º:

I - a concepção dos seus sistemas de recomendação e de qualquer outro sistema algorítmico pertinente;

II - os seus sistemas de moderação de conteúdos;

III - os termos de uso e a sua aplicação;

IV - os sistemas de exibição de publicidade de plataforma; e

V - a influência da manipulação maliciosa e intencional no serviço, incluindo casos de contas criadas ou usadas com o propósito de assumir ou simular identidade de terceiros para enganar o público, ou explorar o serviço de maneira automatizada.

Art. 8º Os provedores adotarão medidas de atenuação razoáveis, proporcionais e eficazes, direcionadas aos riscos sistêmicos de que trata o art. 7º:

I - adaptar a concepção, características ou funcionamento dos serviços, incluindo os sistemas e interfaces;

II - adaptar os termos de uso e os critérios e métodos de aplicação;



Assinado eletronicamente pelo(a) Dep. Orlando Silva
Para verificar a assinatura, acesse <https://infoleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/CD237493373700>

III - adaptar os processos de moderação de conteúdos, incluindo a rapidez e a qualidade do processamento de notificações e quando necessário aplicar remoção de conteúdo, garantidos os procedimentos previstos no Capítulo III;

IV - testar e adaptar os sistemas algorítmicos, incluindo os sistemas de priorização e recomendação, de publicidade de plataforma;

V - reforço dos processos internos, recursos, testes, documentação ou supervisão de qualquer uma das suas atividades;

VI - adaptar a interface para prover mais informação aos usuários; e

VII - tomar medidas específicas para proteger os direitos de crianças e adolescentes, incluindo adoção e aprimoramento dos sistemas de verificação da idade, desenvolvimento e promoção de ferramentas de controle parental ou de notificação de abusos ou busca de apoio por parte de crianças e adolescentes, conforme o disposto no Capítulo X.

§ 1º Quando as medidas referidas no caput envolverem o uso de sistemas automatizados, essas deverão contemplar salvaguardas que se mostrem apropriadas e eficazes, especialmente por meio de supervisão humana com vistas a garantir a precisão, a proporcionalidade e a não discriminação ilegal ou abusiva.

§ 2º As medidas implementadas pelos provedores, nos termos estabelecidos nesta Seção, deverão preservar a segurança das informações e a proteção de dados pessoais, nos termos da Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018.

Art. 9º Os provedores deverão conceder, na forma da regulamentação e em prazo razoável, mediante requerimento e sempre que solicitado, acesso aos dados que contribuam para a detecção, identificação e compreensão dos riscos sistêmicos gerados pelos provedores, assim como para a avaliação das medidas de mitigação de riscos de que trata o art. 8º.



Assinado eletronicamente pelo(a) Dep. Orlando Silva
Para verificar a assinatura, acesse <https://infoleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/CD237493373700>

Art. 10. Os provedores, na forma da regulamentação, devem apresentar o relatório de avaliação e atenuação de riscos sistêmicos.

Seção III - Das obrigações de Dever de Cuidado

Art. 11. Os provedores devem atuar diligentemente para prevenir e mitigar práticas ilícitas no âmbito de seus serviços, envidando esforços para aprimorar o combate à disseminação de conteúdos ilegais gerados por terceiros, que possam configurar:

I - crimes contra o Estado Democrático de Direito, tipificados no Decreto-Lei nº 2.848, de 7 de dezembro de 1940;

II - atos de terrorismo e preparatórios de terrorismo, tipificados pela Lei nº 13.260, de 16 de março de 2016;

III - crime de induzimento, instigação ou auxílio a suicídio ou a automutilação, tipificado no Decreto-Lei nº 2.848, de 7 de dezembro de 1940;

IV - crimes contra crianças e adolescentes previstos na Lei nº 8.069, de 13 de julho 1990, e de incitação à prática de crimes contra crianças e adolescentes ou apologia de fato criminoso ou autor de crimes contra crianças e adolescentes, tipificados no Decreto-Lei nº 2.848, de 7 de dezembro de 1940;

V - crime de racismo de que trata o art. 20, 20-A, 20-B e 20-C da Lei nº 7.716, de 5 de janeiro de 1989;

VI – violência contra a mulher, inclusive os crimes dispostos na Lei nº 14.192, de 4 de agosto de 2021; e

VII - infração sanitária, por deixar de executar, dificultar ou opor-se à execução de medidas sanitárias quando sob situação de Emergência em Saúde Pública de Importância Nacional, de que trata o art. 10 da Lei nº 6.437, de 20 de agosto de 1977.



Assinado eletronicamente pelo(a) Dep. Orlando Silva
Para verificar a assinatura, acesse <https://infoleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/CD237493373700>

§ 1º A avaliação do cumprimento do disposto no caput será feita tendo em vista:

I - as informações eventualmente prestadas em atendimento ao art. 9º;

II - a avaliação dos relatórios:

a) de avaliação de risco sistêmico, de que trata o art. 10; e

b) de transparência, de que trata o art. 23;

III - o tratamento dado ao recebimento de notificações e reclamações.

§ 2º A avaliação será realizada sempre sobre o conjunto de esforços e medidas adotadas pelos provedores, não cabendo avaliação sobre casos isolados.

Seção IV – Das obrigações quando houver risco iminente de danos

Art. 12. Quando configurada a iminência de riscos descritos no art. 7º, ou a negligência ou insuficiência da ação do provedor, poderá ser instaurado, na forma da regulamentação e por decisão fundamentada, protocolo de segurança pelo prazo de até 30 (trinta) dias, sem prejuízo de outras medidas legais cabíveis, procedimento de natureza administrativa cujas etapas e objetivos deverão ser objeto de regulamentação.

§ 1º A prorrogação do protocolo, por um prazo de até 30 (trinta) dias, poderá ocorrer quando demonstrada a insuficiência de medidas menos gravosas para afastar o risco iminente, após as ações tomadas no prazo inicial do protocolo.

§ 2º Prorrogado o protocolo, deverá o órgão emissor da decisão revisar a necessidade de sua manutenção a cada 30 (trinta) dias, mediante decisão motivada de ofício e fundamentada em fatos concretos que demonstrem a continuidade dos riscos iminentes.



Assinado eletronicamente pelo(a) Dep. Orlando Silva
Para verificar a assinatura, acesse <https://infoleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/CD237493373700>



Art. 13. A partir da instauração do protocolo de segurança e devida notificação, os provedores poderão ser responsabilizados civilmente pelos danos decorrentes de conteúdo gerado por terceiros quando demonstrado conhecimento prévio, nos termos do art. 16.

Parágrafo único. A responsabilidade dos provedores por danos decorrentes de conteúdo gerado por terceiros, quando houver risco iminente de danos, será solidária, incidirá pelo período de duração do protocolo e será restrita aos temas e hipóteses nele estipulados.

Art. 14. A instauração do protocolo de segurança deverá apontar:

I - fundados elementos que caracterizem o risco iminente de danos;

II - identificação dos provedores impactados e indícios de que há insuficiência ou negligência na sua atividade;

III - a delimitação temática de quais conteúdos gerados por terceiros serão passíveis de responsabilização, conforme o § 2º do art. 7º;

IV - texto-resumo do protocolo de segurança que deverá ser publicizado para informar os usuários do respectivo provedor;

V - tempo de duração do protocolo; e

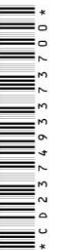
VI - lista dos quesitos relevantes que devem ser abordados por medidas de mitigação eficazes e proporcionais pelos provedores em seus sistemas no âmbito do protocolo de segurança.

Art. 15. Os provedores deverão produzir relatórios específicos das suas ações envolvendo o protocolo de segurança, conforme regulamentação.

§1º Conteúdos tornados indisponíveis em razão do protocolo de segurança deverão ser armazenados pelos provedores atingidos, pelo tempo determinado em regulamentação, para fins de análise posterior.



Assinado eletronicamente pelo(a) Dep. Orlando Silva
Para verificar a assinatura, acesse <https://infoleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/CD237493373700>



* C D 2 3 7 4 9 3 3 7 3 7 0 0 *

§ 2º Encerrado o período de duração do protocolo de segurança, deverá ser publicado em 30 (trinta) dias relatório sobre o protocolo, com base nas informações oferecidas pelos provedores, na forma da regulamentação.

§ 3º Será criado canal de denúncia para apuração de eventual abuso cometido no âmbito do protocolo operado.

§ 4º Configurado abuso na aplicação das medidas previstas no protocolo de segurança, os provedores ficam sujeitos às sanções previstas nesta Lei.

CAPÍTULO III

DA NOTIFICAÇÃO PELO USUÁRIO E DO DEVIDO PROCESSO NOS PROCEDIMENTOS DE MODERAÇÃO DE CONTEÚDO

Seção I - Da notificação pelo usuário

Art. 16. Os provedores deverão criar mecanismos que permitam a qualquer usuário notificá-los da presença, em seus serviços, de conteúdos potencialmente ilegais, de forma justificada.

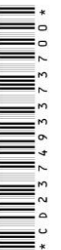
§ 1º O mecanismo e os requisitos mínimos para a notificação de conteúdos serão definidos em regulamento.

§ 2º O registro da notificação de que trata este artigo configura-se como ato necessário e suficiente como prova do conhecimento pelos provedores sobre o conteúdo apontado como infringente, para fins do disposto no art. 13 desta lei.

Seção II - Da moderação de conteúdo e do processo de revisão



Assinado eletronicamente pelo(a) Dep. Orlando Silva
Para verificar a assinatura, acesse <https://infoleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/CD237493373700>



Art. 17. O procedimento de moderação de conteúdo e de conta deve observar o normativo vigente e ser aplicado com equidade, consistência e respeito ao direito de acesso à informação, à liberdade de expressão e à livre concorrência.

Parágrafo único. Os termos de uso, quanto à moderação de conteúdo e de contas, devem sempre estar orientados pelos princípios da necessidade, proporcionalidade e não discriminação, inclusive quanto ao acesso dos usuários aos serviços dos provedores.

Art. 18. Após aplicar as regras contidas nos termos de uso que impliquem moderação de conteúdos, incluindo aquelas envolvendo alteração de pagamento monetário ou publicidade de plataforma, os provedores de redes sociais e de mensageria instantânea devem, ao menos:

I – notificar o usuário que publicou o conteúdo sobre:

a) a natureza da medida aplicada e o seu âmbito territorial;

b) a fundamentação, que deve necessariamente apontar as cláusulas de seus termos de uso para aplicação e o conteúdo ou a conta que deu causa à decisão;

c) procedimentos e prazos para exercer o direito de pedir a revisão da decisão;
e

d) se a decisão foi tomada exclusivamente por meio de sistemas automatizados fornecendo informações claras e adequadas a respeito dos critérios e dos procedimentos utilizados para a decisão, nos termos do art. 20, § 1º, da Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018, quando cumpridos os requisitos para tanto;

II – responder de modo fundamentado e objetivo aos pedidos de revisão de decisões e providenciar a sua reversão imediata quando constatado equívoco.



Assinado eletronicamente pelo(a) Dep. Orlando Silva

Para verificar a assinatura, acesse <https://infoleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/CD237493373700>



§ 1º O código de conduta deverá dispor sobre os prazos razoáveis para cumprimento dos incisos I e II deste artigo.

§ 2º Em caso de provimento do pedido de revisão, as medidas aplicadas devem ser imediatamente revogadas, devendo ser dada publicidade ao equívoco constatado.

§ 3º Disponibilizar, por um prazo mínimo de seis meses, canal próprio destacado e de fácil acesso para formulação de denúncias sobre conteúdos e contas em operação e envio de pedido de revisão de decisões e consulta do histórico de interações entre o provedor e o usuário.

Seção III - Da publicização das ações de moderação de conteúdo

Art. 19. Os provedores de que trata esta Lei devem:

I – criar mecanismos para informar publicamente a ação, pelo provedor, de moderação de conteúdo, independente da causa que deu origem à moderação; e

II – manter pública a identificação de ação judicial que deu origem à moderação em conteúdos, ressalvados processos em sigilo.

CAPÍTULO IV DOS DEVERES DE TRANSPARÊNCIA

Seção I - Da transparência nos termos de uso e dos algoritmos de recomendação

Art. 20. Os provedores devem disponibilizar, de forma acessível, com informações claras, públicas e objetivas, ressalvados os segredos industrial e comercial, no idioma português, os termos de uso de seus serviços, que deverão incluir:



Assinado eletronicamente pelo(a) Dep. Orlando Silva
Para verificar a assinatura, acesse <https://infoleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/CD237493373700>



* C D 2 3 7 4 9 3 3 7 3 7 0 0 *

I – um sumário conciso com as principais características dos serviços e os principais elementos contidos nos termos de uso;

II – os tipos de conteúdos proibidos;

III – a faixa etária à qual se destinam;

IV – os potenciais riscos de uso;

V – explicação das etapas que o provedor executa para garantir que o conteúdo esteja em conformidade com os seus termos de uso;

VI – informação sobre os meios pelos quais o usuário pode notificar o provedor sobre possíveis violações de seus termos de uso ou presença de conteúdos ilegais em seus serviços;

VII – informação sobre canais para receber reclamações de usuários e mecanismos de contestação das decisões do provedor; e

VIII – informações sobre critérios e métodos de moderação em contas e conteúdos e a descrição geral dos eventuais sistemas automatizados utilizados nessa atividade;

Parágrafo único. Quando o provedor oferecer serviços de publicidade de plataforma, os seus termos de uso também devem informar, quais conteúdos:

I – são inelegíveis ou que não poderão ser objeto de publicidade; e

II – podem ensejar limitação de publicidade.

Art. 21. Os termos de uso dos provedores devem conter os parâmetros utilizados nos seus sistemas de recomendação de conteúdo, ressalvados os segredos comercial e industrial, bem como:



Assinado eletronicamente pelo(a) Dep. Orlando Silva
Para verificar a assinatura, acesse <https://infoleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/CD237493373700>



* C D 2 3 7 4 9 3 3 7 3 7 0 0 *

I – descrição geral dos algoritmos utilizados;

II – destaque para os principais parâmetros que determinam a recomendação ou direcionamento de conteúdo ao usuário; e

III – opções disponíveis aos usuários para modificar os parâmetros de recomendação ou direcionamento.

§ 1º Os parâmetros referidos no inciso II do caput devem ser capazes de explicar o motivo de certos conteúdos serem sugeridos ao usuário, incluir critérios relevantes para determinação das recomendações ou direcionamentos e como eles são balanceados entre si.

§ 2º Os provedores que utilizem dados pessoais para perfilamento com fins de recomendação de conteúdos devem oferecer a exibição de conteúdos não selecionados a partir de tais técnicas e criar mecanismos acessíveis para que o usuário possa optar entre diferentes formas de exibição, gestão e direcionamento de conteúdos na plataforma.

§ 3º Aplica-se o disposto no caput ao direcionamento de publicidade de plataforma.

§ 4º Os provedores devem, por padrão, demandar ação humana e consentimento dos usuários para ativação de reprodução automatizada de conteúdos, salvo conteúdos musicais e listas de reprodução criadas pelo próprio usuário.

§ 5º É vedado aos provedores estimular a mudança do padrão estabelecido no § 4º.

§ 6º Os provedores devem adotar medidas técnicas que viabilizem a identificação de forma clara, inequívoca e em tempo real os conteúdos recomendados, de forma a diferenciá-los do conteúdo selecionado pelo usuário.



Assinado eletronicamente pelo(a) Dep. Orlando Silva
Para verificar a assinatura, acesse <https://infoleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/CD237493373700>

Art. 22. Os provedores deverão divulgar em seus termos de uso as medidas de governança adotadas no desenvolvimento e emprego dos sistemas automatizados, incluindo aquelas voltadas para:

I – a segurança, confiabilidade, precisão e não-discriminação ilegal ou abusiva;

II – a finalidade e a precisão dos algoritmos de moderação de conteúdo;

III – as medidas de atenuação de riscos sistêmicos atrelados a esses sistemas, conforme o art. 8º desta lei.

Seção II - Dos Relatórios de Transparência

Art. 23. Os provedores devem produzir relatórios semestrais de transparência, disponibilizados em seus sítios eletrônicos, de fácil acesso, legíveis por máquina, em português, de modo a informar procedimentos de moderação de conteúdo, nos termos da regulamentação.

§ 1º Os relatórios podem ter sua periodicidade reduzida em razão de relevante interesse público, como em casos de sistemático descumprimento dos ditames desta Lei, de calamidade pública ou em período eleitoral.

§ 2º Os relatórios devem conter informações qualitativas dos procedimentos realizados, que deverão incluir, entre outras, o detalhamento dos procedimentos de moderação de contas e de conteúdos adotados, ações implementadas para enfrentar atividades ilegais, mudanças significativas nos termos de uso e sistemas de recomendação e dados sobre as equipes responsáveis por aplicação dos termos de uso.

§ 3º Os relatórios devem conter informações quantitativas e agregadas por operação que deverão possibilitar, entre outras, a determinação do número de usuários ativos e perfis de uso que permitam o estabelecimento de parâmetros



Assinado eletronicamente pelo(a) Dep. Orlando Silva
Para verificar a assinatura, acesse <https://infoleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/CD237493373700>



de comparação na aplicação das obrigações previstas nesta lei e aferir a acurácia e precisão sobre as quantidades de denúncias, notificações, e procedimentos de moderação de conteúdos, bem como aquelas realizadas em atendimento a medidas judiciais ou tomadas por meios automatizados.

§ 4º Até a edição de regulamentação, que irá detalhar as informações descritas nos §§ 2º e 3º, o qual considerará a diversidade de modelos de negócios, e que deverão integrar os relatórios de transparência, os relatórios deverão ser elaborados com as informações constantes no Anexo desta lei.

§ 5º Os dados e os relatórios publicados devem ser disponibilizados com padrões tecnológicos abertos que permitam a comunicação, a acessibilidade e a interoperabilidade entre aplicações e bases de dados, garantida a anonimização dos dados pessoais.

§ 6º Os relatórios de transparência devem ser disponibilizados ao público em até 60 (sessenta) dias após o término do semestre em questão, e elaborados em linguagem clara, quando possível fazendo uso de recursos de acessibilidade.

Seção III - Da auditoria externa

Art. 24. O provedor deve realizar e publicar anualmente auditoria externa e independente para avaliação do cumprimento do disposto nesta Lei, e na regulamentação, que deverá abordar, no mínimo, os seguintes aspectos:

I - a eficiência no cumprimento das obrigações de análise e atenuação de riscos sistêmicos, de dever de cuidado e quando houver risco iminente de danos;

II - nível de eficiência, acurácia, precisão e cobertura das medidas de atenuação adotadas;



Assinado eletronicamente pelo(a) Dep. Orlando Silva
Para verificar a assinatura, acesse <https://infoleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/CD237493373700>

III - a não-discriminação ou a inexistência de vieses em suas decisões de moderação de contas e de conteúdos;

IV - os impactos da moderação de conteúdo na disseminação dos conteúdos de que trata o art.11;

V - a confiabilidade, precisão e não-discriminação ilícita ou abusiva relacionadas ao uso de algoritmos; e

VI - impacto dos algoritmos na visibilidade, recomendação e ordenação de conteúdos jornalísticos.

§ 1º Os provedores deverão compartilhar as informações com os auditores independentes, que devem prestar contas dos elementos sobre os quais não foi possível chegar a uma conclusão e descrever os terceiros consultados como parte da auditoria;

§ 2º Serão consideradas auditorias externas independentes organizações que:

I - sejam independentes dos provedores e que não possuam conflitos de interesse em causa e com qualquer pessoa a eles ligada, seja de natureza concorrencial, econômica ou política;

II - não tenham prestado serviços que não sejam de auditoria relacionadas com as questões auditadas juntos aos provedores, nem a qualquer pessoa ligada a eles nos 12 (doze) meses antecedentes ao início da auditoria e que se comprometa a não prestar tais serviços no período de 12 (doze) meses seguintes à conclusão da auditoria;

III - não tenham prestado serviços de auditoria em causa, nem a qualquer pessoa coletiva ligada aos provedores durante mais de 10 (dez) anos;

IV - não tenha condicionado o pagamento ao tipo de resultado obtido no relatório.



Assinado eletronicamente pelo(a) Dep. Orlando Silva
Para verificar a assinatura, acesse <https://infoleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/CD237493373700>

V - tenham experiência comprovada na área de gerenciamento e análise de riscos, com a devida capacidade e competência técnica; e

VI - tenham demonstrado ética profissional, em particular, com a existência e aderência aos respectivos códigos de conduta.

§ 3º Os prestadores de serviços de auditoria externa independente devem cumprir requisitos de segurança e confidencialidade das informações e de proteção de dados pessoais, nos termos da Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018, e observar os segredos comercial e industrial.

§ 4º Todas as auditorias realizadas nos termos desta lei devem proteger adequadamente os direitos e interesses legítimos a que se destinam, não podendo exigir acessos que violem a proteção de dados pessoais, segredos comerciais e outras informações confidenciais dos provedores e de quaisquer outras partes envolvidas, incluindo os destinatários do serviço.

Seção IV - Acesso à pesquisa

Art. 25. Os provedores deverão viabilizar o acesso gratuito de instituição científica, tecnológica e de inovação a dados desagregados, inclusive por meio de interface de programação de aplicações, para finalidade de pesquisa acadêmica, observados os segredos comercial e industrial, a anonimização e a proteção de dados pessoais conforme a Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018 e conforme regulamentação.

Parágrafo único. O disposto no caput abrange o acesso a informações sobre os algoritmos usados na moderação de contas e de conteúdos, priorização, segmentação, recomendação e exibição de conteúdo, publicidade de plataforma e impulsionamento, e dados suficientes sobre como esses algoritmos afetam o conteúdo visualizado pelos usuários.



Assinado eletronicamente pelo(a) Dep. Orlando Silva
Para verificar a assinatura, acesse <https://infoleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/CD237493373700>

CAPÍTULO V DOS DEVERES SOBRE A PUBLICIDADE DIGITAL

Art. 26. Os provedores que ofereçam publicidade de plataforma devem identificá-la, de modo que o usuário responsável pelo impulsionamento ou o anunciante sejam identificados.

§ 1º Os provedores devem oferecer informações pertinentes, direta e facilmente acessíveis a partir do anúncio publicitário, sobre os principais parâmetros utilizados para determinar o destinatário da exibição da publicidade de plataforma e de como alterar esses parâmetros.

§ 2º O disposto no caput aplica-se inclusive às plataformas de publicidade programática e de publicidade de usuário, que deverão ser publicamente informadas pelo beneficiado e identificada para os demais usuários, pelo provedor, de forma inequívoca.

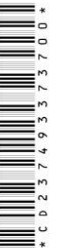
§ 3º O provedor deve oferecer mecanismo para que a publicidade de usuário seja informada publicamente aos demais usuários.

§ 4º Os provedores e as plataformas de publicidade programática deverão apresentar informações, atualizadas ao menos semestralmente, que contenham todo o repositório de anúncios e conteúdos impulsionados e incluir entre estas a íntegra dos conteúdos, as informações que permitam a identificação do responsável pelo pagamento, as características gerais da audiência contratada e o número total de destinatários alcançados, além de critérios adicionais e específicos a serem estipulados em regulamentação.

§ 5º As informações de que trata o § 4º devem ser disponibilizadas com padrões tecnológicos abertos que permitam a comunicação, a acessibilidade e a interoperabilidade entre aplicações e bases de dados.



Assinado eletronicamente pelo(a) Dep. Orlando Silva
Para verificar a assinatura, acesse <https://infoleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/CD237493373700>



Art. 27. O provedor e as plataformas de publicidade programática devem requerer a identidade, por meio de apresentação de documento válido no território nacional, de todos os anunciantes de publicidade de plataforma:

I - da pessoa física ou jurídica em cujo nome a publicidade de plataforma é apresentada;

II - da pessoa física ou jurídica que paga a publicidade de plataforma, caso seja diferente da pessoa referida no inciso I.

Parágrafo único. Ressalvado o disposto no art. 26, a identificação do contratante de publicidade de plataforma deve ser mantida em sigilo pelos provedores, podendo ser exigível por ordem judicial.

Art. 28. O provedor que ofereça publicidade de plataforma deve disponibilizar mecanismos para fornecer aos usuários as informações do histórico dos conteúdos publicitários com os quais a conta teve contato nos últimos 6 (seis) meses, detalhando informações a respeito dos critérios e procedimentos utilizados para perfilamento que foram aplicados em cada caso.

Art. 29. A comercialização de publicidade de plataforma para divulgação por provedores sediados no exterior deverá ser realizada e reconhecida por sua representante no Brasil e conforme a legislação de regência da publicidade brasileira, quando destinada ao mercado nacional.

Art. 30. O compartilhamento de dados pessoais dos usuários dos provedores com terceiros, quando tiverem como objetivo exclusivo a exploração direta ou indireta no mercado em que atua ou em outros mercados, deve observar a Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018 e com o disposto no art. 36 da Lei nº 12.529, de 30 de novembro, de 2011.

CAPÍTULO VI DOS DIREITOS DE AUTOR E DIREITOS CONEXOS



Assinado eletronicamente pelo(a) Dep. Orlando Silva
Para verificar a assinatura, acesse <https://infoleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/CD237493373700>

Art. 31. Os conteúdos protegidos por direitos de autor e direitos conexos utilizados pelos provedores, incluindo-se aqueles ofertantes de conteúdo sob demanda e produzidos em quaisquer formatos que inclua texto, vídeo, áudio ou imagem, ensejarão remuneração a seus titulares pelos provedores, inclusive os provedores de aplicações ofertantes de conteúdo sob demanda, na forma de regulamentação pelo órgão competente, que disporá sobre os critérios, forma para aferição dos valores, negociação, resolução de conflitos, transparência e a valorização do conteúdo nacional, regional, local e independente.

§ 1º Ficam abrangidos pelo caput os conteúdos musical e audiovisual, sem prejuízo de outros conteúdos protegidos pela Lei n. 9.610, de 19 de fevereiro de 1998, garantindo-se a valorização do conteúdo nacional, regional, local e independente.

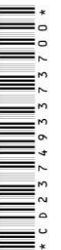
§ 2º Os titulares dos conteúdos protegidos mencionados no caput devem preferencialmente exercer seus direitos por meio de associações de gestão coletiva de direitos autorais, que negociarão com os provedores os valores a serem praticados, o modelo e prazo da remuneração, nos termos da regulamentação, observado o disposto no §15 do art. 98, da Lei 9.610, de 19 de fevereiro de 1998.

§ 3º No processo de definição dos critérios e da forma de aferição da remuneração de que trata o caput, considerar-se-á a totalidade das receitas, inclusive de publicidade, geradas em benefício dos provedores, e inclusive os provedores de aplicações ofertantes de conteúdo sob demanda, em virtude de conteúdo consumido no Brasil ou em virtude de conteúdo produzido por cidadãos brasileiros.

§ 4º É vedado aos provedores, inclusive aos provedores de aplicações ofertantes de conteúdo sob demanda frustrar ou reduzir, por quaisquer meios, a remuneração de direitos de autor e direitos conexos devida nos termos deste Artigo.



Assinado eletronicamente pelo(a) Dep. Orlando Silva
Para verificar a assinatura, acesse <https://infoleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/CD237493373700>



* C D 2 3 7 4 9 3 3 7 3 7 0 0 *

§ 5º Não constitui motivo legítimo para reduzir ou frustrar o pagamento previsto neste artigo a eventual contabilização de receitas descritas no § 4º em domicílio fiscal situado no exterior, mesmo nos casos em que tal operação contábil seja porventura reputada lícita do ponto de vista estritamente fiscal.

§ 6º Os provedores, inclusive os provedores de aplicações ofertantes de conteúdo sob demanda deverão adotar mecanismos para identificar e neutralizar a atuação de contas automatizadas que distorçam artificialmente ranqueamentos e listas de reprodução.

§ 7º No caso dos provedores, inclusive os provedores de aplicações ofertantes de conteúdo sob demanda, fica proibido aumentar ou reduzir artificialmente, sem informação ao usuário, a frequência de utilização de obras ou fonogramas específicos a fim de privilegiar, nos sistemas de recomendação baseados em algoritmo, a remuneração a empresa integrante do mesmo grupo econômico, a empresa sócia, controladora ou coligada da plataforma, bem como a empresa que tenha firmado acordo comercial com a plataforma”.

CAPÍTULO VII DOS CONTEÚDOS JORNALÍSTICOS

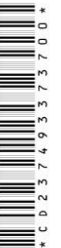
Art. 32. Os conteúdos jornalísticos utilizados pelos provedores produzidos em quaisquer formatos, que inclua texto, vídeo, áudio ou imagem, ensejarão remuneração às empresas jornalísticas, na forma de regulamentação, que disporá sobre os critérios, forma para aferição dos valores, negociação, resolução de conflitos, transparência e a valorização do jornalismo profissional nacional, regional, local e independente.

§ 1º A remuneração a que se refere o caput não deve onerar o usuário final que acessa e compartilha sem fins econômicos os conteúdos jornalísticos.

§ 2º Farão jus à remuneração prevista no caput pessoa jurídica, mesmo individual, constituída há pelo menos 24 (vinte e quatro) meses, que produza



Assinado eletronicamente pelo(a) Dep. Orlando Silva
Para verificar a assinatura, acesse <https://infoleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/CD237493373700>



conteúdo jornalístico original de forma regular, organizada, profissionalmente e que mantenha endereço físico e editor responsável no Brasil.

§ 3º É livre a pactuação entre provedor de aplicação e empresa jornalística, garantida a negociação coletiva pelas pessoas jurídicas previstas no § 2º, inclusive as que integrarem um mesmo grupo econômico, junto aos provedores quanto aos valores a serem praticados, o modelo e prazo da remuneração, observada a regulamentação.

§ 4º A regulamentação disporá sobre arbitragem em casos de inviabilidade de negociação entre provedor e empresa jornalística.

§ 5º A regulamentação a que se refere esse artigo deverá criar mecanismos para garantir a equidade entre os provedores e as empresas jornalísticas nas negociações e resoluções de conflito, sem prejuízo para as empresas classificadas como pequenas e médias, na forma do regulamento.

§ 6º O provedor não poderá promover a remoção de conteúdos jornalísticos disponibilizados com intuito de se eximir da obrigação de que trata este artigo, ressalvados os casos previstos nesta Lei, ou mediante ordem judicial específica.

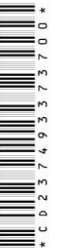
§ 7º O Conselho Administrativo de Defesa Econômica – CADE coibirá atos de infração à ordem econômica do provedor de aplicação que abuse de sua posição dominante na negociação com as empresas jornalísticas.

CAPÍTULO VIII DA ATUAÇÃO DO PODER PÚBLICO

Art. 33. São consideradas de interesse público, as contas mantidas em redes sociais indicadas como institucionais pelos integrantes da Administração Pública Federal, Estadual e Municipal, direta ou indireta, e pelos seguintes agentes políticos:



Assinado eletronicamente pelo(a) Dep. Orlando Silva
Para verificar a assinatura, acesse <https://infoleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/CD237493373700>



I – detentores de mandatos eletivos dos Poderes Executivo e Legislativo da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios;

II – ocupantes, no Poder Executivo, dos cargos de:

- a) Ministro de Estado, Secretário de Estado, Secretário Municipal ou equiparados; e
- b) Presidente, Vice-Presidente e Diretor das entidades da Administração Pública indireta da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios;

§ 1º Os titulares das contas de que trata o caput não poderão restringir a visualização de suas publicações.

§ 2º As decisões de provedores que constituam intervenção ativa ilícita ou abusiva em contas de interesse público autorizam o ajuizamento de ação judicial para a sua restauração, devendo o Poder Judiciário obrigar os provedores a restabelecerem, no prazo de 24 (vinte e quatro) horas, nos casos em que fique comprovada a sua operação em conformidade com direitos fundamentais e com os princípios da legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência.

§ 3º Caso possua mais de uma conta em uma plataforma, o agente político indicará aquela que representa oficialmente seu mandato ou cargo ao respectivo órgão corregedor, sendo as demais eximidas das obrigações deste artigo.

§ 4º As demais contas referidas no § 3º serão consideradas como de interesse público, ainda que não representem oficialmente o agente político, caso contenham, predominantemente, manifestação oficial própria do cargo destes agentes.

§ 5º O órgão corregedor de que trata o § 3º repassará a lista de contas de interesse público aos provedores de redes sociais e mensageria privada no prazo de 60 (sessenta) dias contados da posse do agente ou da criação da conta, o que ocorrer primeiro.



Assinado eletronicamente pelo(a) Dep. Orlando Silva
Para verificar a assinatura, acesse <https://infoleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/CD237493373700>



* C D 2 3 7 4 9 3 3 7 3 7 0 0 *

§ 6º A imunidade parlamentar material, na forma do art. 53 da Constituição Federal, estende-se aos conteúdos publicados por agentes políticos em plataformas mantidas pelos provedores de redes sociais e mensageria privada.

Art. 34. As entidades e os órgãos da Administração Pública, direta ou indireta, deverão fazer constar nos seus portais de transparência os seguintes dados sobre a contratação de publicidade de plataforma:

I – valor do contrato;

II – dados da empresa contratada e forma de contratação;

III – conteúdo da campanha;

IV – mecanismo de distribuição dos recursos;

V – critérios de definição do público-alvo;

VI – lista das páginas, aplicativos, jogos, canais, sítios eletrônicos e outros meios em que tais recursos foram aplicados; e

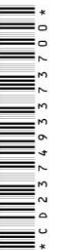
VII – número de aparições e valor aplicado na soma das aparições.

Art. 35. A Administração Pública não destinará recursos públicos para publicidade em sítios eletrônicos e contas em redes sociais que promovam, recomendem ou direcionem a discursos destinados aos ilícitos de que trata o caput do art. 11.

§ 1º Fica vedada a contratação de publicidade pela Administração Pública junto a provedores que não sejam constituídos de acordo com a legislação brasileira.



Assinado eletronicamente pelo(a) Dep. Orlando Silva
Para verificar a assinatura, acesse <https://infoleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/CD237493373700>



* C D 2 3 7 4 9 3 3 7 3 7 0 0 *

§ 2º Toda e qualquer comunicação de natureza publicitária disseminada pela administração pública nas esferas federal, estadual e municipal deve ser registrada em repositório no respectivo sítio eletrônico, conforme regulamento.

Art. 36. A Administração Pública deverá disponibilizar e especificar as informações sobre recursos investidos em publicidade destinados a meios de comunicação, incluídos os provedores de aplicação de internet.

Art. 37. Constitui ato ilícito, punível penal e administrativamente, qualquer punição disciplinar ou ato praticado por superior hierárquico que cause prejuízo a servidor público civil em função de conteúdo lícito por ele compartilhado em caráter privado, fora do exercício de suas funções.

CAPÍTULO IX

DO FOMENTO A EDUCAÇÃO PARA O USO SEGURO DA INTERNET

Art. 38. O cumprimento do dever constitucional do Estado na prestação da educação, em todos os níveis de ensino, inclui:

I - a capacitação, integrada a outras práticas educacionais, para o uso seguro, consciente e responsável das aplicações de internet de que trata esta Lei, incluindo campanhas para evitar a desinformação;

II – o desenvolvimento do pensamento crítico, da capacidade de pesquisa, da ética e do respeito ao pluralismo de opiniões;

III – o desenvolvimento de habilidades para argumentação, reflexão e análise crítica;

IV – a garantia e o ensino acerca do direito ao acesso à informação;



Assinado eletronicamente pelo(a) Dep. Orlando Silva
Para verificar a assinatura, acesse <https://infoleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/CD237493373700>

V – a conscientização quanto ao papel da privacidade, da proteção de dados pessoais e da autodeterminação informativa, bem como quanto aos meios necessários para garanti-las;

VI – a célere promoção da alfabetização digital; e

VII – a formação de profissionais de ensino para o atendimento dos incisos anteriores.

§ 1º A União, os Estados e os Municípios devem envidar esforços, inclusive orçamentários, para ampliar e qualificar a participação das crianças, adolescentes e jovens nas práticas escolares que promovam a educação midiática conforme as diretrizes dispostas na Base Nacional Comum prevista no art. 26 da Lei nº 9.394, de 20 de dezembro de 1996, com a finalidade de desenvolver nos alunos conjunto de habilidades para acessar, analisar, criar e participar de maneira crítica do ambiente informacional e midiático em todos os seus formatos e desenvolver seus potenciais de comunicação nos diversos meios, a partir das habilidades de interpretação consciente das informações, produção ativa de conteúdos e participação responsável na sociedade.

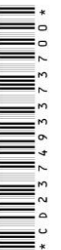
§ 2º As ações deverão ser desenvolvidas de forma articulada com as estratégias previstas na Política Nacional de Educação Digital, nos termos da Lei nº 14.533, de 11 de janeiro de 2023, sendo que as fontes de recursos dispostas no art. 11 dessa lei, poderão ser utilizadas para a implementação de ações que observem as finalidades mencionadas neste artigo.

CAPÍTULO X DA PROTEÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES

Art. 39. Os serviços dos provedores acessíveis por crianças e adolescentes devem ter como parâmetro dos seus serviços o melhor interesse da criança e adotar medidas adequadas e proporcionais para assegurar um nível elevado



Assinado eletronicamente pelo(a) Dep. Orlando Silva
Para verificar a assinatura, acesse <https://infoleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/CD237493373700>



de privacidade, proteção de dados e segurança, nos termos definidos pela Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990 e pela Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018.

Parágrafo único. Os provedores devem criar mecanismos para ativamente impedir o uso dos serviços por crianças e adolescentes, sempre que não forem desenvolvidos para eles ou não estiverem adequados a atender às necessidades deste público.

Art. 40. É vedada a criação de perfis comportamentais de usuários crianças e adolescentes a partir da coleta e do tratamento de seus dados pessoais, inclusive aqueles obtidos nos processos de verificação de idade, bem como de dados grupais e coletivos, para fins de direcionamento de publicidade.

Parágrafo único. Para o adequado cumprimento das disposições do caput deste artigo, os provedores deverão adotar as medidas técnicas razoáveis para verificar a idade de seus usuários, observado o seu direito à privacidade e à proteção de dados pessoais.

CAPÍTULO XI

PROVEDORES DOS SERVIÇOS DE MENSAGERIA INSTANTÂNEA

Seção I - Dos deveres dos serviços de mensageria instantânea

Art. 41. Os serviços dos provedores de mensageria instantânea são obrigados a garantir a privacidade e projetar suas plataformas para limitar a distribuição massiva de conteúdos e mídias, devendo, com essa finalidade:

I – limitar, de acordo com o código de conduta, o encaminhamento de mensagens ou mídias para vários destinatários;



Assinado eletronicamente pelo(a) Dep. Orlando Silva
Para verificar a assinatura, acesse <https://infoleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/CD237493373700>



* C D 2 3 7 4 9 3 3 7 3 7 0 0 *

II – determinar que listas de transmissão só poderão ser encaminhadas e recebidas, em qualquer hipótese, por pessoas que estejam identificadas, ao mesmo tempo, nas listas de contatos de remetentes e destinatários;

III – instituir mecanismo para aferir consentimento prévio do usuário para inclusão em grupos de mensagens, listas de transmissão, canais de difusão de informações abertos ao público ou mecanismos equivalentes de agrupamentos de usuários, ressalvadas situações de emergência, estado de calamidade pública e circunstâncias análogas, na forma da regulamentação; e

IV – desabilitar, por padrão, a autorização para inclusão em grupos e em listas de transmissão ou mecanismos equivalentes de encaminhamento de mensagens para múltiplos destinatários.

§ 1º O disposto nos Capítulos II e III desta lei aplicam-se a canais de difusão abertos ao público oferecidos por provedores de mensageria instantânea, excetuando-se as modalidades não abertas ao público, inclusive aquelas protegidas por criptografia de ponta a ponta.

§ 2º Os provedores de mensageria instantânea devem criar soluções para identificar e impedir mecanismos externos de distribuição massiva.

§ 3º Código de conduta deverá estabelecer obrigações para os provedores de mensageria instantânea tomarem outras medidas preventivas para conter distribuição massiva de conteúdo no âmbito dos seus serviços e para promover o estabelecido no caput.

Art. 42. Ordem judicial poderá determinar aos provedores de mensageria instantânea que preservem e disponibilizem informações suficientes para identificar a primeira conta denunciada por outros usuários quando em causa o envio de conteúdos ilícitos.

§ 1º A ordem judicial de que trata o caput somente será admitida:



Assinado eletronicamente pelo(a) Dep. Orlando Silva
Para verificar a assinatura, acesse <https://infoleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/CD237493373700>



I - se determinada de ofício ou mediante requerimento da autoridade policial ou do Ministério Público;

II - para fins exclusivos de prova em investigação criminal, em instrução processual penal e em investigação e instrução processual eleitoral; e

III - com identificação específica do conteúdo ilícito que deu ensejo à investigação, comprovado mediante cópia eletrônica.

§ 2º A ordem de preservação de informações de que trata o caput está limitada às informações suficientes para identificar a primeira conta denunciada por outros usuários quando em causa o envio do conteúdo ilícito que deu ensejo à investigação, e seu prazo não poderá ser superior a seis meses.

Art. 43. Os provedores de mensageria instantânea que ofereçam serviços de contas destinadas ao uso comercial para clientes que facilitem o disparo automatizado e em larga escala para múltiplos usuários, devem desenvolver medidas para que o serviço seja usado estritamente para finalidades institucionais ou comerciais, divulgação de produtos ou serviços comerciais, ou prestação de serviço público.

§ 1º As contas comerciais de que trata o caput em serviços de mensageria instantânea devem garantir a veiculação de informação que identifique o remetente da mensagem.

§ 2º Os provedores de mensageria instantânea que ofertem contas comerciais devem exigir de seus usuários, sejam pessoas físicas ou jurídicas, uma declaração consciente e inequívoca de que o aplicativo comercial não deve ser utilizado para finalidades de propaganda eleitoral e partidária, nem para distribuir qualquer conteúdo não relacionado a finalidades institucionais e comerciais.



Assinado eletronicamente pelo(a) Dep. Orlando Silva
Para verificar a assinatura, acesse <https://infoleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/CD237493373700>

§ 3º Caso o provedor de serviços de mensageria instantânea tenha conhecimento do encaminhamento de mensagens e mídias que não se enquadrem no escopo do serviço comercial, a conta deverá ser bloqueada.

CAPÍTULO XII DOS TRÂMITES JUDICIAIS E DE INVESTIGAÇÃO

Art. 44. As decisões judiciais que determinarem a remoção imediata de conteúdo ilícito relacionado à prática de crimes a que se refere esta Lei, deverão ser cumpridas pelos provedores no prazo de até vinte e quatro horas, sob pena de multa de R\$ 50.000,00 (cinquenta mil reais) até R\$ 1.000.000,00 (um milhão reais), por hora de descumprimento, a contar do término da vigésima quarta após o recebimento da notificação.

Parágrafo único. A multa prevista no caput poderá ser aplicada em triplo em casos que envolvam publicidade de plataforma.

Art. 45. Quando o provedor tomar conhecimento de informações que levistem suspeitas de que ocorreu ou que possa ocorrer um crime que envolva ameaça à vida, ele deverá informar imediatamente da sua suspeita às autoridades competentes.

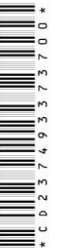
Art. 46. Os provedores deverão guardar, pelo prazo de 6 (seis) meses, a partir da remoção ou desativação:

I - conteúdo que tenha sido removido ou cujo acesso tenha sido desativado como consequência aos deveres estabelecidos por esta Lei ou por decisões judiciais, bem como quaisquer dados e metadados conexos removidos; e

II - os respectivos dados de acesso à aplicação, como o registro de acesso, endereço de protocolo de internet, incluindo as portas de origem, além de dados cadastrais, telemáticos, outros registros e informações dos usuários que possam ser usados como material probatório, inclusive as relacionadas à forma ou meio de pagamento, quando houver.



Assinado eletronicamente pelo(a) Dep. Orlando Silva
Para verificar a assinatura, acesse <https://infoleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/CD237493373700>



§ 1º A pedido formal das autoridades competentes ou em razão de decisão judicial, o prazo previsto no caput poderá ser ampliado, enquanto necessário no âmbito de processo administrativo ou judicial em curso, até sua respectiva conclusão.

§ 2º Os provedores devem garantir que o conteúdo ilícito e os dados relacionados estejam sujeitos a procedimentos técnicos e organizacionais adequados, incluindo a garantia da cadeia de custódia da prova.

CAPÍTULO XIII DAS SANÇÕES

Art. 47. Os provedores, em razão das infrações cometidas às normas previstas nesta Lei, ficam sujeitos às seguintes sanções administrativas, aplicáveis de forma isolada ou cumulativa:

I - advertência, com indicação de prazo para adoção de medidas corretivas;

II - multa diária, observado o limite total a que se refere o inciso III;

III – multa simples, de até 10% (dez por cento) do faturamento do grupo econômico no Brasil no seu último exercício ou, ausente o faturamento, multa de R\$ 10,00 (dez reais) até R\$ 1.000 (mil reais) por usuário cadastrado do provedor sancionado, limitada, no total, a R\$ 50.000.000,00 (cinquenta milhões de reais), por infração;

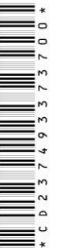
IV - publicação da decisão pelo infrator;

V - proibição de tratamento de determinadas bases de dados; e

VI – suspensão temporária das atividades.



Assinado eletronicamente pelo(a) Dep. Orlando Silva
Para verificar a assinatura, acesse <https://infoleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/CD237493373700>



§ 1º Após procedimento administrativo que possibilite a oportunidade de ampla defesa, as sanções serão aplicadas de forma gradativa, isolada ou cumulativa, de acordo com as peculiaridades do caso concreto e considerados os seguintes parâmetros e critérios:

I - a gravidade e a natureza das infrações e a eventual violação de direitos;

II - a boa-fé do infrator;

III - a vantagem auferida pelo infrator, quando possível estimá-la;

IV - a condição econômica do infrator;

V - a reincidência;

VI - o grau do dano;

VII - a cooperação do infrator;

VIII - a pronta adoção de medidas corretivas; e

IX - a proporcionalidade entre a gravidade da falta e a intensidade da sanção.

§ 2º Antes ou durante o processo administrativo do § 1º, poderão ser adotadas medidas preventivas, incluída multa cominatória, observado o limite total a que se refere o inciso III do caput, quando houver indício ou fundado receio de que o provedor:

I - cause ou possa causar dano irreparável ou de difícil reparação; ou

II - torne ineficaz o resultado do processo.

§ 3º O disposto neste artigo não substitui a aplicação de outras sanções administrativas, civis ou penais definidas na Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, na Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018, e em legislação específica.



Assinado eletronicamente pelo(a) Dep. Orlando Silva
Para verificar a assinatura, acesse <https://infoleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/CD237493373700>

Art. 48. As sanções não serão aplicadas a processos de moderação de conteúdos específicos por iniciativa própria dos provedores e de acordo com seus termos de uso, salvo em caso de descumprimento sistemático das obrigações previstas no Capítulo III.

Art. 49. O produto da arrecadação das multas aplicadas com base nesta Lei, inscritas ou não em dívida ativa, será destinado ao Fundo de Defesa de Direitos Difusos de que tratam o art. 13 da Lei nº 7.347, de 24 de julho de 1985, e a Lei nº 9.008, de 21 de março de 1995.

CAPÍTULO XIV DO CRIME EM ESPÉCIE

Art. 50. Promover ou financiar, pessoalmente ou por meio de terceiros, mediante uso de conta automatizada e outros meios ou expedientes não fornecidos diretamente pelo provedor de aplicações de internet, divulgação em massa de mensagens que contenha fato que sabe inverídico, que seja capaz de comprometer a higidez do processo eleitoral ou que possa causar dano à integridade física e seja passível de sanção criminal.

Pena: reclusão, de 1(um) a 3 (três) anos e multa.

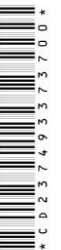
CAPÍTULO XV DA REGULAÇÃO DOS PROVEDORES

Art. 51. Serão atribuições do Comitê Gestor da Internet no Brasil (CGI.br), além daquelas previstas pelas Leis nº 12.965, de 23 de abril de 2014, e nº 13.853, de 8 de julho de 2019, as seguintes:

I – realizar estudos, pareceres e propor diretrizes estratégicas sobre liberdade, responsabilidade e transparência na internet;



Assinado eletronicamente pelo(a) Dep. Orlando Silva
Para verificar a assinatura, acesse <https://infoleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/CD237493373700>



II – realizar estudos e debates para aprofundar o entendimento sobre desinformação, e propor diretrizes para o seu combate, no contexto da internet e das redes sociais;

III – apresentar diretrizes para a elaboração de código de conduta para os provedores de redes sociais, ferramentas de busca e mensageria instantânea, para a garantia dos princípios e objetivos estabelecidos nos arts. 3º e 4º, inclusive quanto a obrigações para que os serviços de mensageria instantânea tomem medidas preventivas para conter a difusão em massa de conteúdo e para enfrentar a desinformação no contexto da internet e das redes sociais;

IV – validar os códigos de condutas elaborados na forma do inciso III deste artigo;

V – realizar estudos sobre os procedimentos de moderação de contas e de conteúdos adotados pelos provedores de redes sociais, bem como sugerir diretrizes para sua implementação;

VI – fornecer diretrizes e subsídios para os termos de uso dos provedores de redes sociais e de serviços de mensageria instantânea;

VII – organizar, anualmente, conferência nacional sobre liberdade, responsabilidade e transparência na internet;

VIII – publicar a relação dos provedores que se enquadram no disposto no art. 2º desta lei;

IX – emitir recomendações prévias a eventual instauração de processo administrativo em caso de insuficiência das informações contidas nos relatórios de transparência ou avaliação insatisfatória por parte da auditoria independente.

X - emitir diretrizes e critérios para a instauração dos protocolos de segurança de que trata esta Lei;



Assinado eletronicamente pelo(a) Dep. Orlando Silva
Para verificar a assinatura, acesse <https://infoleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/CD237493373700>



XI - emitir diretrizes e requisitos para a análise de riscos sistêmicos de que trata esta Lei; e

XII - analisar os relatórios de avaliação de risco sistêmico dos provedores.

Parágrafo único. Fica garantida a composição multisetorial do CGI.br para fins de cumprimento das suas competências, com participação do Poder Público, do setor empresarial, do terceiro setor e da comunidade técnico-científica.

Art. 52. Os provedores deverão elaborar código de conduta a partir de diretrizes definidas pelo CGI.br, que incluam medidas para a garantia das finalidades desta lei, com criação de indicadores qualitativos e quantitativos.

§ 1º O código de conduta deverá ser formulado em até seis meses após a emissão das diretrizes, sendo apresentado ao CGI.br para validação.

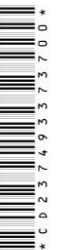
§ 2º O código de conduta e os indicadores previstos no caput deverão ser públicos, exceto no que a publicidade comprometer a segurança de sua aplicação e dos serviços oferecidos pelos provedores de aplicação.

§ 3º Os provedores deverão disponibilizar publicamente espaço para apresentação de denúncias de violações das políticas e medidas constantes no código de conduta, ou acrescentar essa possibilidade em seus instrumentos de recebimento de denúncias.

Art. 53. Os provedores serão representados por pessoa jurídica no Brasil, cuja identificação e informações serão facilmente acessíveis nos sítios dos provedores na internet, devendo estes representantes disponibilizar às autoridades que detenham competência legal para sua requisição, nos termos desta Lei, informações cadastrais referentes aos usuários.



Assinado eletronicamente pelo(a) Dep. Orlando Silva
Para verificar a assinatura, acesse <https://infoleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/CD237493373700>



Apresentação: 27/04/2023 22:09:34.540 - PLEN
PRLP 1/0
PRLP n.1

Parágrafo único. A representação referida no caput deve ter plenos poderes para:

I – responder perante as esferas administrativa e judicial;

II – fornecer às autoridades competentes as informações relativas ao funcionamento, às regras próprias aplicáveis à expressão de terceiros e à comercialização de produtos e serviços do provedor;

III - cumprir as determinações judiciais; e

IV – responder e cumprir eventuais penalizações, multas e afetações financeiras que a empresa possa incorrer, especialmente por descumprimento de obrigações legais e judiciais.

**CAPÍTULO XVI
DISPOSIÇÕES FINAIS**

Art. 54. Os incisos VI e VIII do artigo 5º, o art. 13 e o art. 15, todos da Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014, passam a vigorar com as seguintes redações:

“Art. 5º ..

.....
.....

VI - registro de conexão: o conjunto de informações referentes à data e hora de início e término de uma conexão à internet, sua duração, o endereço IP e a porta lógica utilizados pelo terminal para o envio e recebimento de pacotes de dados;

.....
.....

VIII - registros de acesso a aplicações de internet: o conjunto de informações referentes à data e hora de início e término do acesso a uma determinada aplicação de internet a partir de um determinado endereço IP e porta lógica” (NR)

* C D 2 3 7 4 9 3 3 3 7 3 7 0 0 *



Assinado eletronicamente pelo(a) Dep. Orlando Silva
Para verificar a assinatura, acesse <https://infoleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/CD237493373700>

Apresentação: 27/04/2023 22:09:34.540 - PLEN
PRLP 1/0
PRLP n.1

“Art.13.....

§ 2º A autoridade policial ou administrativa ou o Ministério Público poderá requerer cautelarmente que os registros de conexão e os dados pessoais cadastrais sejam guardados por prazo superior ao previsto no caput.

§ 5º Em qualquer hipótese, a disponibilização ao requerente dos registros de que trata este artigo e dos dados pessoais cadastrais deverá ser precedida de autorização judicial, conforme disposto na Seção IV deste Capítulo e a disponibilização de dados cadastrais deverá observar o art. 10, § 3º, desta Lei.

§ 7º Os pedidos de que trata o § 2º devem se dar no âmbito de processo administrativo ou judicial em curso e especificar os indivíduos cujos dados estão sendo requeridos e as informações desejadas, sendo vedados pedidos coletivos que sejam genéricos ou inespecíficos.” (NR)

“

§ 2º A autoridade policial ou administrativa ou o Ministério Público poderá requerer cautelarmente que os registros de conexão, de acesso a aplicações de internet, dados pessoais cadastrais ou outras informações de identificação do usuário ou do terminal relacionadas ao registro de acesso à aplicação existente sejam guardados, inclusive por prazo superior ao previsto no caput, observado o disposto nos §§ 3º e 4º do art. 13. § 3º Em qualquer hipótese, a disponibilização ao requerente dos registros de que trata este artigo deverá ser precedida de autorização judicial, conforme disposto na Seção IV deste Capítulo, e a disponibilização de dados cadastrais deverá observar o art. 10, § 3º, desta Lei.

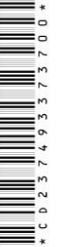
.....”

(NR)

Art. 55. O art. 19 da Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014, passa a vigorar acrescido do seguinte parágrafo:



Assinado eletronicamente pelo(a) Dep. Orlando Silva
Para verificar a assinatura, acesse <https://infoleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/CD237493373700>



Apresentação: 27/04/2023 22:09:34:540 - PLEN
PRLP 1/0
PRLP n.1

“Art. 19.

§ 5º As responsabilizações civis previstas no art. 6º da Lei Brasileira de Liberdade, Responsabilidade e Transparência na Internet configuram exceções ao disposto no caput deste artigo.” (NR)

Art. 56. O art. 21 da Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014, passa a vigorar com a seguinte redação:

“Art. 21. O provedor de aplicações de internet que disponibilize conteúdo gerado por terceiros será responsabilizado subsidiariamente quando, após o recebimento de notificação pelo participante ou seu representante legal, deixar de promover, de forma diligente, no âmbito e nos limites técnicos do seu serviço, a indisponibilização de conteúdo que:

I – viole a intimidade, decorrente da divulgação de cenas de nudez ou de atos sexuais de caráter privado sem autorização de seus participantes; ou

II – contenha imagens ou representações de violência ou cenas de exploração ou abuso sexual envolvendo criança ou adolescente, nos termos da Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990.

.....”
(NR)

Art. 57. A Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997 passa a vigorar com as seguintes alterações:

“Art.26
.....
XVI - despesas relacionadas à contratação de serviço de tratamento de dados;
.....” (NR)

“Art. 28
.....
§
4º.....
.....



Assinado eletronicamente pelo(a) Dep. Orlando Silva
Para verificar a assinatura, acesse <https://infoleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/CD237493373700>



III - o registro das suas atividades de tratamento de dados, nos termos do artigo 37 da Lei 13.709, de 14 de agosto de 2018.

.....” (NR)

Art. 58. O art. 319 do Código de Processo Penal - Decreto-Lei nº 3.689, de 3 de outubro de 1941 passa a vigorar com a seguinte redação:

“Art. 319. São medidas cautelares diversas da prisão:

.....

X – retirada ou bloqueio de conteúdo, suspensão de perfil ou conta ou proibição de acesso à internet.

.....” (NR)

Art. 59. No prazo de 05 (cinco) anos a contar da data de publicação desta Lei, será promovida a sua revisão, a partir da avaliação do cumprimento dos princípios, objetivos e responsabilizações desta Lei, bem como a aferição da efetividade e acurácia das medidas e dos relatórios de transparência de que tratam os arts. 10 e 23.

Art. 60. Esta Lei entra em vigor no prazo de:

I – 12 (doze) meses, a partir da data de sua publicação, quanto aos arts. 7º ao 10 e 23 ao 25;

II – 90 (noventa) dias, a partir da data de sua publicação, quanto aos arts. 12 ao 15, 20 ao 22, 26 ao 30, 32, 38, 39, 40 e 44 ao 46; e

III – na data de sua publicação, para os demais dispositivos.

ANEXO



Assinado eletronicamente pelo(a) Dep. Orlando Silva
Para verificar a assinatura, acesse <https://infoleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/CD237493373700>

Apresentação: 27/04/2023 22:09:34,540 - PLEN
PRLP 1/0
PRLP n.1



1. Informações que deverá conter o relatório qualitativo a que faz referência o art. 23, § 2º:

1.1 Detalhamento dos procedimentos adotados e do modo de cumprimento das obrigações dispostas nesta Lei, bem como modificações ocorridas no período;

1.2 Descrição qualificada das providências adotadas, novas ferramentas ou outras ações pelas plataformas digitais de conteúdo de terceiros para eliminar atividades criminosas da plataforma;

1.3 Informações sobre mudanças significativas realizadas nos sistemas de recomendação, organização e priorização de conteúdo jornalístico e noticioso, os objetivos e justificativas;

1.4 Descrição geral dos sistemas algoritmos usados e os principais parâmetros que determinam o direcionamento, recomendação ou exibição dos conteúdos para os usuários, incluindo:

a) as razões para a importância relativa de tais parâmetros;

b) as opções disponíveis aos usuários para modificar ou influenciar os parâmetros de recomendação e dados agregados sobre a adesão dos usuários aos diferentes parâmetros;

c) os critérios mais significativos na determinação das informações recomendadas aos usuários e como eles são balanceados entre si;

d) os objetivos que o sistema foi projetado para atingir e a avaliação da performance do sistema em relação a esses objetivos; e

e) que tipo de conteúdo ou elementos os sistemas algoritmos estão otimizando e priorizando para a exibição de conteúdo na plataforma;

1.5 Decisões e moderações de classificação específicas de conteúdo com o tipo de conteúdo que a plataforma rebaixa, desencoraja ou exclui, incluindo as modificações realizadas no período; e

1.6 Conteúdos exibidos como resultados do sistema de recomendação em níveis de subgrupo, de forma a demonstrar como este se comporta diante de cada grupo demográfico;

1.7 Critérios e metodologias usadas para prestar informações aos usuários sobre modificações de políticas próprias e termos de uso e sobre decisões de intervenção ativa da plataforma e suas aplicações sobre conteúdo ou conta; e

1.8 Os critérios, metodologias e métricas para aferição do alcance de publicidade de plataforma, sujeitas à verificação e auditoria independente.



Assinado eletronicamente pelo(a) Dep. Orlando Silva

Para verificar a assinatura, acesse <https://infoleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/CD237493373700>



2. Informações agregadas que deverá conter o relatório quantitativo a que faz referência o art. 23, § 3º:

2.1 Número total de usuários que acessam os provedores a partir de conexões localizadas no Brasil no período analisado;

2.2 Informações granularizadas sobre quantitativos de conteúdos gerados por seus usuários, tempo médio de uso, e outras métricas indispensáveis para estabelecer parâmetros de comparação para a aplicação das obrigações previstas nesta lei.

2.3 Número total de denúncias e notificações realizadas por usuários e a classificação do seu conteúdo por categoria de violação dos termos e políticas de uso e da legislação nacional;

2.4 Número total de medidas aplicadas a contas e conteúdos, conforme caput, adotadas em razão do cumprimento dos termos e políticas de uso próprios dos provedores e do cumprimento desta Lei, segmentadas por regra aplicada e por tipo de medida adotada;

2.5 Número total de pedidos de revisão apresentados por usuários a medidas aplicadas a contas e conteúdos, conforme caput, em razão dos termos e políticas de uso próprios dos provedores e do cumprimento desta Lei, bem como as medidas revertidas após análise dos recursos, segmentados por regra aplicada e tipo de medida adotada;

2.6 Proporção de decisões revertidas em contas e conteúdos, após análise dos pedidos de revisão, segmentados por categoria de violação e tipo de decisão, incluída a segmentação das decisões adotadas de forma automatizada e o tempo médio entre os pedidos de revisão e a reversão das decisões;

2.7 Número total de medidas aplicadas a contas e conteúdos adotadas em razão do cumprimento de ordem judicial, respeitadas as informações sob sigilo judicial;

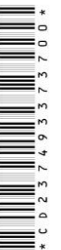
2.8 Número de notificações tratadas por meios automatizados;

2.9 Médias de tempo entre a detecção de irregularidades e a adoção de medidas em relação às contas e aos conteúdos referidos nos incisos 2.2, 2.3 e 2.4;

2.10 Características gerais das equipes envolvidas na aplicação de termos e políticas de uso em relação a conteúdos gerados por terceiros, incluindo



Assinado eletronicamente pelo(a) Dep. Orlando Silva
Para verificar a assinatura, acesse <https://infoleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/CD237493373700>



número de pessoas envolvidas na atividade, modelo de contratação, bem como estatísticas sobre seu idioma de trabalho, qualificação, indicativos de diversidade atributos demográficos e nacionalidade;

2.11 Número total de medidas de sinalização, remoções ou suspensões que foram revertidas pelo provedor;

2.12 Informações agregadas sobre o alcance comparado de conteúdos identificados como irregulares pelo provedor em relação aos demais conteúdos em veiculação no período;

2.13 Dados relacionados a engajamentos ou interações com conteúdos que foram identificados como irregulares, incluindo número de visualizações e de compartilhamentos e alcance;

2.14 Os critérios, metodologias e métricas usadas por seus sistemas automatizados no monitoramento e execução das suas políticas próprias e termos de uso;

2.15 No caso de medidas de moderação automatizadas, informações gerais sobre os seus critérios de operação, grau de acurácia, distinguindo entre grau de precisão e cobertura, e mecanismos para monitoramento, mensuração e controle de vieses;

2.16 Informações sobre o emprego e funcionamento de sistemas automatizados, incluindo as bases de operação e treinamento dos algoritmos e a análise de seus impactos sobre a circulação, disponibilização, promoção, redução do alcance ou remoção de conteúdos;

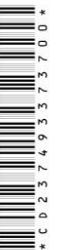
2.17 Atualização das políticas próprias e termos de uso feitos no semestre, a data da modificação e a justificativa geral para sua alteração;

2.18 Número total de medidas aplicadas sobre as contas de que trata o art. 33 desta Lei, segmentadas por regras aplicadas, por metodologia utilizada na detecção da desconformidade e em que proporção, e por tipo de medida adotada; e

2.19 Informações completas sobre a aplicação do código de conduta e medidas determinadas pelo órgão regulador independente, incluindo o seu desempenho a partir de métricas pactuadas com o órgão regulador e o montante do investimento realizado.



Assinado eletronicamente pelo(a) Dep. Orlando Silva
Para verificar a assinatura, acesse <https://infoleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/CD237493373700>



Sala das Sessões, em de de 2023.

Deputado ORLANDO SILVA
Relator

2023_5517

Apresentação: 27/04/2023 22:09:34.540 - PLEN
PRLP 1/0

PRLP n.1



Assinado eletronicamente pelo(a) Dep. Orlando Silva
Para verificar a assinatura, acesse <https://infoleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/CD237493373700>



* CD 237493373700 *