



UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS (UFG)
FACULDADE DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO (FIC)
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO (PPGCOM)

KARINE RODRIGUES DE CARVALHO

**A TENSÃO ENTRE A REGULAÇÃO DAS PLATAFORMAS DIGITAIS E A
LIBERDADE DE EXPRESSÃO NO BRASIL: UMA ANÁLISE DISCURSIVO-
ARGUMENTATIVA ENVOLVENDO ENUNCIADOS ECONÔMICOS,
JORNALÍSTICOS E JURÍDICOS**

GOIÂNIA
2025



UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS
FACULDADE DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO

TERMO DE CIÊNCIA E DE AUTORIZAÇÃO (TECA) PARA DISPONIBILIZAR VERSÕES ELETRÔNICAS DE TESES

E DISSERTAÇÕES NA BIBLIOTECA DIGITAL DA UFG

Na qualidade de titular dos direitos de autor, autorizo a Universidade Federal de Goiás (UFG) a disponibilizar, gratuitamente, por meio da Biblioteca Digital de Teses e Dissertações (BDTD/UFG), regulamentada pela Resolução CEPEC nº 832/2007, sem ressarcimento dos direitos autorais, de acordo com a [Lei 9.610/98](#), o documento conforme permissões assinaladas abaixo, para fins de leitura, impressão e/ou download, a título de divulgação da produção científica brasileira, a partir desta data.

O conteúdo das Teses e Dissertações disponibilizado na BDTD/UFG é de responsabilidade exclusiva do autor. Ao encaminhar o produto final, o autor(a) e o(a) orientador(a) firmam o compromisso de que o trabalho não contém nenhuma violação de quaisquer direitos autorais ou outro direito de terceiros.

1. Identificação do material bibliográfico

Dissertação Tese Outro*: _____

*No caso de mestrado/doutorado profissional, indique o formato do Trabalho de Conclusão de Curso, permitido no documento de área, correspondente ao programa de pós-graduação, orientado pela legislação vigente da CAPES.

Exemplos: Estado de caso ou Revisão sistemática ou outros formatos.

2. Nome completo do autor

Karine Rodrigues de Carvalho

3. Título do trabalho

A TENSÃO ENTRE A REGULAÇÃO DAS PLATAFORMAS DIGITAIS E A LIBERDADE DE EXPRESSÃO NO BRASIL: UMA ANÁLISE DISCURSIVO-ARGUMENTATIVA ENVOLVENDO ENUNCIADOS ECONÔMICOS, JORNALÍSTICOS E JURÍDICOS

4. Informações de acesso ao documento (este campo deve ser preenchido pelo orientador)

Concorda com a liberação total do documento SIM NÃO¹

[1] Neste caso o documento será embargado por até um ano a partir da data de defesa. Após esse período, a possível disponibilização ocorrerá apenas mediante:

a) consulta ao(à) autor(a) e ao(à) orientador(a);

b) novo Termo de Ciência e de Autorização (TECA) assinado e inserido no arquivo da tese ou dissertação. O documento não será disponibilizado durante o período de embargo.

Casos de embargo:

- Solicitação de registro de patente;
- Submissão de artigo em revista científica;
- Publicação como capítulo de livro;
- Publicação da dissertação/tese em livro.

Obs. Este termo deverá ser assinado no SEI pelo orientador e pelo autor.



Documento assinado eletronicamente por **Angela Teixeira De Moraes, Professor do Magistério Superior**, em 03/07/2025, às 08:58, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por **Karine Rodrigues De Carvalho, Discente**, em 03/07/2025, às 10:19, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site https://sei.ufg.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **5469875** e o código CRC **8D0CAFB0**.

KARINE RODRIGUES DE CARVALHO

**A TENSÃO ENTRE A REGULAÇÃO DAS PLATAFORMAS DIGITAIS E A
LIBERDADE DE EXPRESSÃO NO BRASIL: UMA ANÁLISE DISCURSIVO-
ARGUMENTATIVA ENVOLVENDO ENUNCIADOS ECONÔMICOS,
JORNALÍSTICOS E JURÍDICOS**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Comunicação (PPGCOM), da Faculdade de Informação e Comunicação (FIC), da Universidade Federal de Goiás (UFG), como requisito para obtenção do título de Mestra em Comunicação.

Área de concentração: Comunicação, Cultura e Cidadania.

Linha de pesquisa: Mídia e Cidadania

Professora Orientadora: Dr.^a Ângela Teixeira de Moraes

Goiânia

2025

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor, através do Programa de Geração Automática do Sistema de Bibliotecas da UFG.

Carvalho , Karine Rodrigues de
A TENSÃO ENTRE A REGULAÇÃO DAS PLATAFORMAS
DIGITAIS E A LIBERDADE DE EXPRESSÃO NO BRASIL [manuscrito]
: UMA ANÁLISE DISCURSIVO-ARGUMENTATIVA ENVOLVENDO
ENUNCIADOS ECONÔMICOS, JORNALÍSTICOS E JURÍDICOS /
Karine Rodrigues de Carvalho . - 2025.
196 f.

Orientador: Profa. Dra. Ângela Teixeira de Moraes .
Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal de Goiás,
Faculdade de Informação e Comunicação (FIC), Programa de Pós
Graduação em Comunicação, Goiânia, 2025.

Bibliografia. Anexos.

Inclui siglas, abreviaturas, tabelas, lista de tabelas.

1. Análise Argumentativa do Discurso. 2. Fake News. 3.
Liberdade de Expressão. 4. Plataformas de Comunicação Digital. 5.
Regulação. I. Moraes , Ângela Teixeira de , orient. II. Título.

CDU 007



UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS
FACULDADE DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO
ATA DE DEFESA DE DISSERTAÇÃO

Ata nº 20/2025 da sessão de Defesa de Dissertação de **Karine Rodrigues de Carvalho**, que confere o título de Mestra em Comunicação, na área de concentração em Comunicação, Cultura e Cidadania.

Aos trinta dias de maio, a partir das catorze horas, realizou-se a sessão pública de Defesa de Dissertação intitulada “**A tensão entre a regulamentação das plataformas digitais e a liberdade de expressão no Brasil: uma análise discurso-argumentativa envolvendo enunciados econômicos, jornalísticos e jurídicos**”. Os trabalhos foram instalados pela Orientadora, Professora Doutora Ângela Teixeira de Moraes (PPGCOM/FIC/UFG), com a participação dos demais membros da Banca Examinadora: Professor Doutor Magno Luiz Medeiros da Silva (PPGCOM/FIC/UFG), avaliador titular interno, Professora Doutora Liliane Maria Macedo Machado (PPGCOM/FAC/UnB), com a participação de todos por videoconferência. Durante a arguição os membros da banca fizeram sugestão de alteração do título do trabalho conforme escrito abaixo. A Banca Examinadora reuniu-se em sessão secreta a fim de concluir o julgamento da Dissertação, tendo sido a candidata **aprovada** pelos seus membros. Proclamados os resultados pela Professora Doutora Ângela Teixeira de Moraes, Presidenta da Banca Examinadora, foram encerrados os trabalhos e, para constar, lavrou-se a presente ata que é assinada pelos Membros da Banca Examinadora, aos trinta dias de maio de dois mil e vinte e cinco.

TÍTULO SUGERIDO PELA BANCA

A TENSÃO ENTRE A REGULAÇÃO DAS PLATAFORMAS DIGITAIS E A LIBERDADE DE EXPRESSÃO NO BRASIL: UMA ANÁLISE DISCURSIVO-ARGUMENTATIVA ENVOLVENDO ENUNCIADOS ECONÔMICOS, JORNALÍSTICOS E JURÍDICOS



Documento assinado eletronicamente por **Angela Teixeira De Moraes, Professor do Magistério Superior**, em 30/05/2025, às 16:04, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por **Magno Luiz Medeiros Da Silva, Professor do Magistério Superior**, em 30/05/2025, às 16:09, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por **Liliane Maria Macedo Machado, Usuário Externo**, em 13/06/2025, às 15:24, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site https://sei.ufg.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **5360303** e o código CRC **E24DE6CA**.

Referência: Processo nº 23070.024789/2025-22

SEI nº 5360303

Ao meu maior e melhor leitor, meu pai, Josué; mesmo não estando comigo fisicamente, sinto sua presença incentivadora nesta caminhada.

AGRADECIMENTOS

Este texto será breve, mas sincero como eu sou. Caso alguém não tenha sido descrito aqui, não se sinta desprezado, eu tenho boa memória, não me esqueço e sou grata a quem é importante para mim.

Agradeço primeiramente a Deus, aos meus antepassados e a todos os Santos que abriram caminhos, deram-me suporte, proteção, energia, força e me acalmaram nos momentos de maior estresse, nervosismo e desespero, que foram muitos.

À minha Mãe, pois sem ela eu não teria conseguido nada. Às minhas irmãs, Mércia e Mírian, que foram meu apoio durante esta caminhada, aguentaram-me e me fizeram entrar no eixo quando eu estava totalmente perdida. Às minhas tias Fátima, Dora e Leni, que me ajudaram em tudo e, principalmente, ouviram-me muito. Às minhas madrinhas Sandra e Valéria, que foram o frescor que eu precisava nos momentos de tensão. Minha sobrinha Alice, minha afilhada Debora e meu priminho João Enoque, vocês foram a alegria dos meus dias tristes, a Kaká ama vocês.

Meus colegas ingressantes da turma de 2023, a melhor turma que eu poderia ter entrado. Só consegui chegar até aqui com a ajuda de vocês. Destaque para a Sandy e o Vinícios, meus apoiadores incondicionais nesta jornada. À minha junta médica, liderada pelo meu acupunturista Neivton Navega, minha cardiologista Lorena Maia, minha ginecologista Patrycia do Amaral e meu neurologista Gustavo Campos, sem os cuidados de vocês e a palavra amiga, eu não teria aguentado.

Aos meus amigos, que me apoiaram, entenderam minhas ausências e me deram forças quando eu mais precisei. Obrigada Alda, Lucíola, Igor, Elvia, Lourdes, Melissa e tantos outros.

À minha orientadora, professora Ângela Moraes, que foi minha fortaleza, guiou-me, corrigiu-me, foi enérgica quando necessário e me fez ver que eu era capaz nas inúmeras vezes em que eu duvidei de mim mesma. Sua dedicação e disciplina me inspiram e me encorajam. Aos meus professores do mestrado pelo aprendizado.

À Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), pela bolsa, que me possibilitou dedicar à minha pesquisa. À Universidade Federal de Goiás (UFG), que mais uma vez me acolheu e permitiu que eu realizasse este sonho. Tenho orgulho de ser UFG, de ser uma jornalista e uma pesquisadora formada em um

espaço onde a resistência e a ciência prevalecem, sem desprezar os saberes ancestrais. Lugar onde o futuro é bem-vindo e me sinto em casa.

Sê forte e corajoso: não temas, nem te espantes, porque o Senhor teu Deus é contigo, por onde quer que andares (Josué, 1:9).

RESUMO

Propôs-se, nesta pesquisa, analisar os argumentos e os discursos que envolvem a regulação das plataformas digitais no Brasil, considerando a relação conflituosa com o princípio da liberdade de expressão. A partir da Análise Argumentativa do Discurso (AAD) de Ruth Amossy, dos tipos de argumentação de Ingedore Koch e das caracterizações sobre a polêmica propostas por Marcelo Dascal, avaliou-se como tem sido o debate público em torno da questão. Buscou-se investigar, mais especificamente, como operam os discursos jornalístico, jurídico e econômico no contexto da proposta e posterior arquivo do Projeto de Lei nº 2630/2020 na Câmara dos Deputados, conhecido como PEC das Fake News. O *corpus* é constituído por matérias jornalísticas, declarações oficiais das plataformas de comunicação digital e decisões dos ministros do Supremo Tribunal Federal que se manifestaram quanto à tentativa da regulação e quanto ao funcionamento dessas plataformas no país.

Palavras-chave: análise argumentativa do discurso; *fake news*; liberdade de expressão; plataformas de comunicação digital; regulação.

ABSTRACT

In this research, it was proposed to analyze the arguments and discourses that involve the regulation of digital platforms in Brazil, considering the conflicting relationship with the principle of freedom of expression. From the argumentative analysis of Ruth Amossy's discourse (AAD), the types of argument of Ingedore Koch and the characterizations on the controversy proposed by Marcelo Dascal, it was evaluated as the public debate has been around the issue. It was more specifically to investigate how the journalistic, legal and economic discourses operate in the context of the proposal and subsequent archive of Bill 2630/2020 in the House of Representatives, known as Fake News PEC. Corpus is made up of journalistic articles, official statements by the digital communication platforms and decisions of the Federal Supreme Court ministers who have expressed themselves on the attempted regulation and the operation of these platforms in the country.

Keywords: argumentative analysis of discourse; *fake news*; freedom of expression; digital communication platforms; regulation.

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Tipos de desinformação de baixo dano.....	54
Quadro 2 - Tipos de desinformação de alto dano	55
Quadro 3 - Os cinco tipos de argumentação	71
Quadro 4 - Abordagens da AAD enumeradas por Amossy (2018).....	73
Quadro 5 - Os tipos de discursos dos textos analisados.....	85
Quadro 6 - Tipos de interações polêmicas.....	87
Quadro 7 - Tipos de polêmica	103
Quadro 8 - Características polêmicas presentes no <i>corpus</i>	105
Quadro 9 - Tipos de argumentação.....	119
Quadro10 - Modalidades argumentativas.....	123

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

AAD	Análise Argumentativa do Discurso
ABERT	Associação Brasileira das Emissoras de Rádio e Televisão
ABRA	Associação Brasileira de Radiodifusão
ABRATEL	Associação Brasileira de Radiodifusão, Tecnologia e Telecomunicações
AL	Alagoas
ANCINAV	Agência Nacional do Cinema e do Audiovisual
ANCINE	Agência Nacional de Cinema
ANJ	Associação Nacional de Jornais
ARPA	Advanced Research Projects Agency
ARPANET	Advanced Research Projects Agency Network
BID	Banco Interamericano de Desenvolvimento
BITNET	Rede comutada entre universidades dos EUA, Europa e Japão
CFJ	Conselho Federal de Jornalismo
DARPA	Defense Advanced Research Projects Agency
DCA	Agência de Comunicação e Defesa
DF	Distrito Federal
DIP	Departamento de Imprensa e Propaganda
DSA	Digital Services Act
EBC	Empresa Brasil de Comunicação
FAPESP	Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo
EUA	Estados Unidos da América
FENAJ	Federação Nacional dos Jornalistas
IPT	Instituto de Pesquisas Tecnológicas
IPTO	Information Processing Techniques Office
LGPD	Lei Geral de Proteção de Dados
MILTNET	Military Network
MCTI	Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovações
NCE	Núcleo de Cálculo Especiais
NSF	National Science Foundation
NSFNET	National Science Foundation Network

ONU	Organização das Nações Unidas
PF	Polícia Federal
PGR	Procuradoria Geral da República
PL	Projeto de Lei
PNBL	Programa Nacional de Banda Larga
PP	Partido Progressistas
SE	Sergipe
STF	Supremo Tribunal Federal
TCP/IP	Transmission Control Protocol/Internet Protocol
TI	Tecnologia da Informação
UDN	União Democrática Nacional
UFMG	Universidade Federal de Minas Gerais
UFRJ	Universidade Federal do Rio de Janeiro
UNESP	Universidade Estadual Paulista
UNICAMP	Universidade Estadual de Campinas
USP	Universidade de São Paulo
WWW	World Wide Web

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	18
2 REGULAÇÃO DAS REDES: LIBERDADE, DEMOCRACIA E DESINFORMAÇÃO	22
2.1 A CHEGADA DA INTERNET AO BRASIL.....	22
2.1.1 Breve história da censura e da regulação da comunicação no Brasil	25
2.1.2 Características da mídia brasileira	32
2.1.3 O rápido crescimento das <i>big techs</i> no país	35
2.2 A RELAÇÃO ENTRE VERDADE, DEMOCRACIA E CIDADANIA	41
2.3 A PRETENSA NEUTRALIDADE DA REDE	49
2.4 A PÓS-VERDADE E A INDÚSTRIA DAS <i>FAKE NEWS</i>	50
2.5 A REGULAÇÃO DA INTERNET NO BRASIL.....	57
3 PODER, DISCURSO E ARGUMENTAÇÃO	62
3.1 PODER SIMBÓLICO E MICROPODER.....	62
3.2 A POLÊMICA NO ESPAÇO PÚBLICO	64
3.3 DISCURSO E ARGUMENTAÇÃO	66
3.4 A ARGUMENTAÇÃO	68
3.4.1 Operadores argumentativos	70
3.4.2 Características do auditório e do locutor	71
3.4.3 Abordagens da AAD e modalidades argumentativas	73
3.5 ANÁLISE ARGUMENTATIVA	76
4 METODOLOGIA	81
4.1 DELIMITAÇÃO DO <i>CORPUS</i>	82
4.1.1 Discurso jurídico, econômico e jornalístico	83
4.2 AS CATEGORIAS DE ANÁLISE	86
4.2.1 <i>A priori</i> histórico	86
4.2.2 Os tipos de polêmica	86
4.2.3 Tipos e modalidades argumentativas	87

5 OS DISCURSOS SOBRE A REGULAÇÃO: HISTÓRIA, POLÊMICA E ARGUMENTOS	89
5.1 A MENTIRA POLÍTICA NA ERA DIGITAL E A TENTATIVA DE REGULAÇÃO..	89
5.1.1 Arthur Lira: o empresário político	95
5.1.2 Twitter: da compra à suspensão.....	97
5.2 OS TIPOS DE POLÊMICA	101
5.2.1 A polêmica aplicada à AD.....	104
5.3 TIPOS DE ARGUMENTAÇÃO	116
5.3.1 As modalidades argumentativas segundo Amossy (2018)	120
5.4 IMPLICAÇÕES PARA A CIDADANIA E A COMUNICAÇÃO	124
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS	128
REFERÊNCIAS.....	130
ANEXO A - POST DA STARLINK NO X SOBRE O CUMPRIMENTO DA DECISÃO DO STF	143
ANEXO B - PL 2630/2020 DEIXOU DE SER SOBRE COMBATER AS FAKE NEWS	144
ANEXO C - COMO O PL 2630 PODE PIORAR A SUA INTERNET	146
ANEXO D - AÇÃO ENTRE AMIGOS: GOOGLE E FACEBOOK FIZERAM ACORDO SECRETO. ENTENDA O CASO.....	151
ANEXO E - MUSK ALIA INTERESSES COMERCIAIS A INCLINAÇÕES POLÍTICAS SOB O MANTO DA LIBERDADE DE EXPRESSÃO	157
ANEXO F - O X FOI TRANSFORMADO EM UMA FERRAMENTA DO PROJETO POLÍTICO DE ELON MUSK.....	164
ANEXO G - INQUÉRITO 4933 DISTRITO FEDERAL - DECISÃO DO MINISTRO ALEXANDRE DE MORAES	171
ANEXO H - INQUÉRITO 4781 DISTRITO FEDERAL - DECISÃO DO MINISTRO ALEXANDRE DE MORAES	177
ANEXO I - VOTO DA MINISTRA CÁRMEN LÚCIA	192

1 INTRODUÇÃO

A chegada da internet no Brasil no final da década de 1980 coincide com a recém retomada da democracia no país, após 24 anos de ditadura militar. Naquele momento os brasileiros buscavam se adaptar a uma liberdade que há mais de duas décadas lhes havia sido tirada. E foi na década de 1990 que Tim Berners Lee se juntou a outros designers e, juntos, deram origem ao primeiro navegador que permitia que as pessoas comuns pudessem ter seus primeiros contatos com a internet (Ferrari, 2008). As décadas se passaram, um novo milênio chegou, a internet evoluiu à velocidade da luz e o Brasil, bem como boa parte do mundo, ainda não conseguiu regulamentar, na forma de lei, como as empresas provedoras dos serviços de comunicação digital e mensageria devem atuar.

A democracia brasileira vem se consolidando com base na sustentação jurídica provida pela Constituição de 1988. Todavia, a tecnologia digital e os efeitos sociais e políticos advindos dela ainda não obtiveram um consenso no que se refere aos limites da regulação; e a discussão esbarra no direito assegurado constitucionalmente como fundamental: a liberdade de expressão.

O fato é que, estando os serviços da internet cada vez mais acessíveis aos cidadãos, cada vez mais vozes e pontos de vista referentes a diversos temas da vida humana se fazem visíveis e audíveis; o que, em um primeiro momento, do ponto de vista da democratização da comunicação, representa um ganho. Mas, ao mesmo tempo, discursos de ódio, crimes cibernéticos, pedofilia e notícias falsas acompanham o desenvolvimento da internet e as redes sociais digitais servem de palco também para qualquer tipo de opinião e interpretação sobre o mundo.

Por meio de uma lógica algorítmica, discursos contra a própria democracia vêm ganhando espaço nas plataformas que dão suporte às redes sociais digitais. Se antes a democracia era celebrada na internet, agora é alvo de discordâncias e mesmo repúdio por parte da sociedade e de determinadas classes políticas, provocando uma reação institucional austera na esfera jurídica.

Em 23 de abril de 2014, o Brasil promulgou a Lei nº 12.965, conhecida como Marco Civil da Internet. A lei tem, como um de seus objetivos, a garantia da proteção da privacidade e dos dados pessoais. Também busca também assegurar determinados direitos dos usuários de internet, como inviolabilidade e sigilo do fluxo de suas comunicações privadas, salvo por ordem judicial. Todavia, ela não é capaz

de conter os abusos praticados na rede. A Seção II do Artigo 10 do Marco Civil da Internet (Lei nº 12.965/2014) garante a liberdade de expressão e veda a censura. Contudo, a mesma Lei, em sua Seção III, Artigo 19, exime os provedores de aplicação da internet da responsabilidade civil por conteúdos gerados por terceiros, veiculados em suas plataformas de comunicação. A responsabilização de tais provedores somente ocorrerá mediante ordem judicial específica.

Na tentativa de propor leis que normatizariam a internet no Brasil, no dia 3 de julho de 2020 foi apresentado, no Senado Federal, o Projeto de Lei nº 2630 (PL 2.630/2020), de autoria do senador Alessandro Vieira (Cidadania/SE), contendo 36 artigos, cuja ementa “Institui a Lei Brasileira de Liberdade, Responsabilidade e Transparência na Internet” (Brasil, 2020). O projeto, apelidado de PL das *fake news*, foi inspirado no Digital Services Act (DSA), projeto da União Europeia que dispõe sobre o controle da internet nos países signatários do bloco, o qual entrou em vigor em agosto de 2023¹. Desde que foi apresentado ao parlamento brasileiro, o PL 2.630/20 seguiu lenta tramitação, primeiro no Senado e depois na Câmara de Deputados, até ser engavetado pelo então presidente da Casa, o deputado federal Arthur Lira (PP/AL).

O forte *lobby* das *big techs* junto aos parlamentares, que será mostrado no decorrer das páginas deste trabalho, foi decisivo para que a medida fosse tomada. Em 9 de abril de 2024 uma notícia publicada no site da Agência Brasil divulgou que o presidente da Câmara Federal, o deputado federal Arthur Lira, iria criar um grupo de trabalho para debater um novo projeto de regulação da internet brasileira. O deputado informou que o texto do PL 2.630/2020 não seria mais votado em plenário por não alcançar o apoio da maioria dos parlamentares; bem como que tinha passado por várias modificações, as quais o deixava longe de uma proposta de lei que viesse a contemplar todos os aspectos necessários para o momento.

Um grupo de trabalho foi criado no mesmo mês com o objetivo de apresentar uma nova minuta de projeto em três meses. Até o mês de abril de 2025 nenhum novo projeto tinha sido formulado. Raphael Chaia Jacob, professor de Direito Digital, diz que enquanto não for formulado um conjunto de normas que discuta a regulação da internet de forma ampla e com a participação de vários atores, como especialistas em

1 O DSA está disponível em: https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/europe-fit-digital-age/digital-services-act_en. Acesso em: 12 abr. 2025.

tecnologia da informação (TI), especialistas em redes digitais, especialistas em comunicação, especialistas em mercado digital e a população, dificilmente se chegará a uma lei tão eficiente quanto foi o Marco Civil na época de sua concepção (Jacob, 2021).

Neste contexto, a questão-problema que nos moveu para realizar esta pesquisa foi: Como os sujeitos filiados aos discursos econômico, jurídico e jornalístico construíram seus enunciados em relação às tentativas de regulação das plataformas digitais no Brasil? Nesse sentido, buscamos compreender a forma como os sujeitos desses discursos, que têm grande visibilidade na sociedade, utilizam a linguagem argumentativa para se inserir no espaço público e persuadir a sociedade com seus pontos de vista.

O objetivo geral desta pesquisa é analisar o tensionamento discursivo entre os campos econômico, jornalístico e jurídico, buscando identificar os resultados, tanto implícitos quanto explícitos, desse confronto de ideias e argumentos. Para tanto, os objetivos específicos incluem submeter cada um desses grupos a uma análise detalhada, a fim de compreender como seus enunciados respondem às caracterizações e enquadramentos propostos, fundamentados nas teorias pertinentes.

A justificativa para este estudo reside na necessidade de compreender como os distintos interesses empresariais, jurídicos e da imprensa se manifestam e competem discursivamente no contexto da ausência de regulação das plataformas de comunicação digital. Ademais, busca-se investigar a forma como esses discursos mobilizam e influenciam diretamente o desenvolvimento e a solidificação da democracia e da cidadania no Brasil.

O *corpus* desta pesquisa, que será detalhado no Capítulo 3, é composto por nove textos, distribuídos igualmente em três grupos. Cada grupo de três textos representará, respectivamente, os enunciados dos campos econômico, jurídico e jornalístico. Essa divisão foi estabelecida para otimizar a análise e a caracterização de cada categoria discursiva.

Os temas que perpassam essa pequena discussão introdutória são amplificados e detalhados no primeiro capítulo desta dissertação, onde também está apresentado o contexto de criação da internet, da utopia inicial até a sua chegada no Brasil, bem como os desdobramentos sociais e éticos posteriores. Trazemos um

pouco da história da censura e das tentativas de regulação da comunicação no país também para entendermos os discursos em torno da liberdade de expressão. São expostas as características da mídia brasileira, bem como suas particularidades, a chegada das *big techs* e a migração para a comunicação digital. Abrimos espaço para falar sobre a pretensa neutralidade da rede e sobre a relação entre verdade, democracia e cidadania buscando compreender os danos causados pelas *fake news*. Finalizamos o capítulo tratando da regulação da internet no Brasil. Sobre isso, são referenciais constantes para a pesquisa: Bucci (2020), Chauí (2019), D’Ancona (2018), Barbosa (2019), Rais (2022) e muitos outros.

No segundo capítulo continuamos com a fundamentação teórica que sustenta e embasa a metodologia detalhada no capítulo seguinte. Nessa parte falamos do discurso de uma maneira geral e nos detemos na Análise Argumentativa do Discurso (AAD) proposta por Ruth Amossy, nos tipos de argumentação de Ingedore Koch e na polêmica de acordo com Marcelo Dascal. Somam-se a estas referências os autores franceses Michel Foucault, Dominique Maingueneau e Patrick Charaudeau.

No capítulo terceiro está explicitado o percurso metodológico da pesquisa, a apresentação do *corpus* da análise – que é composto por nove textos que contemplam os três tipos de discurso: o jornalístico, o jurídico e o econômico. Os textos foram escolhidos por tratarem do PL 2.630/20, da reação das chamadas *big techs* (as grandes plataformas de redes sociais digitais Meta e X, bem como o Google) e da regulação da internet, além das decisões judiciais que dispõem sobre o assunto no Brasil. O *corpus* também contempla o posicionamento de parte do jornalismo de referência sobre os rumos da internet no Brasil e a tentativa de regulação na rede.

No quarto capítulo apresentamos a análise argumentativa do discurso (AAD) aplicada ao *corpus*, identificando os operadores argumentativos e refletindo, posteriormente, sobre os resultados desta pesquisa para o campo da comunicação, da cidadania e da democracia. Partimos de uma definição de comunicação adotada por França (2005): “Comunicação é o processo social básico de compartilhamento de sentido através da materialização de formas simbólicas”. Dessa forma, a abordagem discursiva torna-se central para o entendimento sobre como é a produção dos sentidos e de que forma os sentidos circulantes afetam a vida social no contexto da cidadania.

2 REGULAÇÃO DAS REDES: LIBERDADE, DEMOCRACIA E DESINFORMAÇÃO

Neste referencial teórico construímos o percurso da criação da internet até sua chegada no Brasil, abordando como se deu a construção da hegemonia das *big techs* nas plataformas de comunicação digital, a promessa de liberdade e neutralidade da rede e como tem se dado a regulação da internet no Brasil. Apresentamos ainda a relação entre governos e imprensa a partir de diferentes momentos históricos em que a liberdade de expressão sofreu censura no Brasil, mas também as tentativas de minimizar e regular a comunicação em atendimento aos direitos humanos de caráter coletivo. Fazemos também uma reflexão sobre a relação entre a verdade factual como condição da democracia e da cidadania a fim de refletir sobre o processo da desinformação. Desse modo contextualizamos a discussão em torno dos discursos da regulação das *big techs*, objeto empírico de análise deste trabalho.

2.1 A CHEGADA DA INTERNET AO BRASIL

A internet como a conhecemos teve origem no âmbito militar. A rede começou a ser formada no final da década de 1950 nos Estados Unidos (EUA), quando o Departamento de Defesa Americano, com o discurso de se preparar e se antecipar tecnológica e cientificamente ante os soviéticos, criou o Advanced Research Projects Agency (ARPA), uma agência militar de pesquisas que foi desmembrada em escritórios para aprimorar os trabalhos pontuais, focando em cada especificidade de pesquisa (Carvalho, 2006).

Um desses escritórios foi o Information Processing Techniques Office (IPTO), que em 1966 iniciou o trabalho um projeto de interligação de redes de computadores financiado pelo governo americano a fim de desenvolver técnicas de comunicação de pacotes de dados através de redes de computadores. Tal iniciativa era embrião do que seria a Advanced Research Projects Agency Network (Arpanet). Em 1975 a Arpanet passou para o controle da Agência de Comunicação e Defesa (DCA) e foi quando os testes de transmissão de pacotes por redes de rádio e via satélite começaram em definitivo. Em 1977 ocorreu a primeira comunicação entre universidades americanas através do Transmission Control Protocol/Internet Protocol (TCP/IP). Em 1984 o DCA dividiu a Arpanet em uma rede de 45 instituições civis e a

Miltnet em uma rede de uso exclusivo para 68 instituições militares. Os testes foram intensificados e novas redes começaram a surgir. Assim, em 1985 a National Science Foundation (NSF – Fundação Nacional de Ciência) iniciou a construção de uma super rede que interligava centros de computação a universidades e centros de pesquisas americanos e a partir daí foi criada a NSFNET. A partir de 1988 entidades privadas passaram a executar e a operar a NSFNET e a partir de 1990 os usuários da Arpanet migraram para a NSFNET (Carvalho, 2006; Ferrari, 2008).

O início da internet no Brasil foi marcado pela burocracia e pelos baixos investimentos nas universidades e em centros de pesquisas computacionais. Até que em 1987 a Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ) recebeu um convite, “em nome do professor Edmundo de Souza e Silva (NCE/UFRJ), o primeiro convite feito a uma entidade brasileira para se integrar à Internet nos Estados Unidos, com autorização da DARPA e da NSF” (Carvalho, 2006, p. 83), mas não pôde aceitar por falta de equipamentos e de recursos para importação. No ano seguinte, 1988, a Fundação de Amparo à Pesquisa de São Paulo (Fapesp) conseguiu fazer a primeira integração com a rede americana BITNET. Essa experiência resultou na construção da primeira rede acadêmica do país, a qual integrava as universidades de São Paulo (USP) (BRUSP), de Campinas (Unicamp) (BRUC) e Estadual de São Paulo (UNESP) (BRUESP) e à Fapesp (BRFAPESP), conectadas entre si via Embratel (RENPA) conforme conta Carvalho (2006). Esta foi a parte técnica da história que começou dentro das universidades brasileiras.

No fim da década de 1980 a internet não tinha a interface amigável que possui hoje. Foi quando o inventor da World Wide Web (WWW), Tim Berners Lee, se juntou a designers e pesquisadores e criou vários protótipos de *web browsers*, hoje mais conhecidos como navegadores ou ambientes de navegação na internet. Em 1993 Tim Lee se juntou ao programador Marc Andreessen e criou o Mosaic, o mais conhecido *browser* antes do Netscape – sendo este o primeiro que ganhou cores, *links* e pequenas imagens para que a rede internacional de computadores tivesse uma interface mais amigável. Essa interface mais inteligível entre usuário e máquina possibilitou o rápido crescimento da internet no mundo (Ferrari, 2008).

Não demorou muito para que os primeiros jornais impressos do Brasil ganhassem sua versão *on-line*. As primeiras páginas eram praticamente uma foto da versão impressa. O primeiro que entrou para a internet foi o Jornal do Brasil, seguido

pelo O Globo (Ferrari, 2008). E essa entrada no mundo virtual, justamente por grandes jornais nacionais, pode ser justificada por uma longa história de pioneirismo e inovação, mas também de dominação da mídia brasileira por grandes conglomerados familiares – como a família Marinho, controladora do Grupo Globo, que ainda hoje é a maior empresa de comunicação brasileira (Guareschi; Biz, 2005).

Os grandes sites de conteúdo, no primeiro momento, propuseram-se a apresentar uma expressiva produção textual em detrimento da qualidade. Porém, o visual não era agradável, por vezes até confuso. A mudança veio a partir dos anos 2000, quando já havia tecnologia e interesse para investir em *design*, haja vista que o mercado publicitário estava em expansão, tendo iniciado a exploração da propaganda em sites. Mas para ter acesso às páginas era preciso pagar provedores, os quais eram aliados ao aumento exponencial da rede de telefonia fixa. De modo que, com o crescimento da malha de internet, era mais vantajoso pagar por uma linha e ter acesso à internet sem custo. Neste contexto houve um crescimento no número de sites de grande porte, tais como IG, UOL, ZAZ (Terra), StarMedia e AOL. E foi assim que o número de usuários deu um salto significativo (Ferrari, 2008).

A vantagem de anunciar na internet era grande (Meyer, 2006 *apud* Righetti, 2008) e a nova mídia, apesar de atrair muitos leitores/internautas, tinha muitas distrações, as quais deixavam o interesse nas notícias em segundo plano. Porém, os sites que abrigavam os jornais ou mesmo os sites dos jornais impressos, na década de 2000, continham características interessantes para a publicidade, tanto por oferecer um conteúdo de qualidade, tanto por ser um espaço em que o conteúdo publicitário poderia ser oferecido de modo interativo, ágil e que poderia ser visto no momento em que o leitor se interessasse.

Outra vantagem em anunciar na internet tem a ver com a relação receptores-custo do anúncio. No caso dos jornais, se o número de leitores/compradores dobrar, será necessário o dobro de impressões e, conseqüentemente, o custo da produção e dos anúncios irá subir. Na internet, o preço de um anúncio (em um portal, por exemplo) é calculado com a média pré-estabelecida de usuários ou de pageviews daquele portal (Righetti, 2008, p. 31).

Aos poucos, os grandes sites como IG, UOL, ZAZ (Terra), StarMedia e AOL foram ganhando características que os transformaram em portais de conteúdo, dada a quantidade e a variedade de assuntos disponibilizados para os internautas – denominação dada para quem era usuário da internet.

Os conteúdos eram destinados à comunidade – estes tinham características econômicas, comércio eletrônico, esportes e entretenimento, e-mail gratuito e ferramentas de busca dentro do próprio portal, entre outras. Mas o que mais atraía eram as notícias jornalísticas, “os sites do gênero assumiram comportamento de mídia de massa” (Ferrari, 2008, p. 30). Construiu-se também a promessa de pluralidade, de maior democracia e de liberdade, características almejadas por Lévy (2014), mas que mais tarde não se realizaria da forma como esse autor imaginou.

Tão logo cresceram em número de usuários e leitores, os portais relegaram o conteúdo jornalístico para segundo plano. A opção mercadológica fez com que serviços mais rentáveis, como entretenimento, vendas e propagandas, tomassem conta das páginas virtuais (Ferrari, 2008).

2.1.1 Breve história da censura e da regulação da comunicação no Brasil

A discussão sobre a dominância do jornalismo e das mídias de uma maneira geral sempre existiu. As razões governamentais e jurídicas visavam evitar abusos em relação à liberdade de expressão por parte da imprensa e dos meios de comunicação, mas, em grande parte das vezes, configurava-se como censura de conteúdos que importunavam aqueles que detinham o poder. Uma “faca de dois gumes” cuja história vamos recuperar.

O monitoramento do conteúdo e da difusão da informação no Brasil começou cedo. O legado da censura foi iniciado praticamente com a colonização visto que em 1547 o cardeal português dom Henrique baixou uma determinação que proibia a propagação dos sete autos do poeta e dramaturgo português Gil Vicente, cuja obra abrangia não apenas o universo cristão, mas costumes, comportamentos da época e tinha grande apelo popular (Mattos, 2005). A produção textual na então colônia era apenas religiosa para catequese. Como aponta Carvalho (2002), a administração colonial portuguesa tinha um descaso pela educação primária. Até a expulsão dos jesuítas, em 1759, a educação no Brasil ficou a cargo dos portugueses e não há dados sobre a alfabetização durante o período colonial.

Quase uma década depois, em 1768, Sebastião José de Carvalho e Melo, o Marquês de Pombal, então secretário de Estado do Reino de Portugal, reuniu três medidas censórias em uma só e constituiu a Real Mesa Censória no Brasil, que dava

plenos poderes ao governo de censurar e delimitar tudo que fosse produzido para fins de divulgação, tanto no Brasil quanto em Portugal. Porém, “já aparecia nos projetos autonomistas investigados pelas autoridades em sucessivas devassas, em Minas (1789), no Rio de Janeiro, (1794), na Bahia (1798) em Pernambuco (1801)” (Lage, 1980 *apud* Mattos, 2005, p. 99). Cenário em que é possível constatar a inquietação dos brasileiros em relação à coroa portuguesa pois, mesmo depois da Carta Régia de 10 de maio de 1746, que proibida qualquer tipo de impressão de livros ou papéis avulsos na colônia, Antônio Isidoro Fonseca abriu uma tipografia, a qual foi imediatamente fechada. “Uma das graves consequências desta censura, que tinha o objetivo de manter incontestado o absolutismo dos reis portugueses, foi a total inexistência de órgão de imprensa no Brasil colônia” (Mattos, 2005, p. 100).

A chegada de dom João VI ao Brasil não melhorou o cenário: em 27 de setembro de 1808 ele estabeleceu a censura régia no Brasil e proibiu a entrada de livros no país sem autorização do governo. Diante dessas medidas, Hipólito José da Costa foi para Londres fundar e produzir o que seria o primeiro jornal brasileiro, o *Correio Braziliense*. Em 1811 foi lançado, em Salvador, o jornal *Idade d’Ouro do Brasil*. Em 1822 a corte de Lisboa proclamou a livre manifestação de pensamento, porém, a censura continuava direta no prelo de qualquer que fosse a tipografia (Mattos, 2005).

A liberdade de pensamento teve um algum espaço após um decreto publicado em 18 de junho de 1822, meses antes da independência. Mas no ano seguinte foi publicado um novo decreto, pela então Assembleia Geral Constituinte e Legislativa do Império do Brasil, que tinha como principal objetivo controlar a liberdade de imprensa; no mesmo ano, em 22 de novembro, foi promulgada a Carta de Lei que regulava a liberdade de imprensa. Em 25 de março de 1824, logo após outorgar a constituição, Dom Pedro I pôs fim à censura prévia, mas colocou a responsabilidade sob os ombros de quem cometesse abusos (Mattos, 2005). Essa liberdade durou enquanto houve o império. Após a proclamação da República e a promulgação da Constituição de 1891, o governo brasileiro instituiu, em 21 de julho de 1897, o Decreto nº 557, que submetia a maior parte das formas de entretenimento ao escrutínio policial. Contudo, é relevante notar que, diferentemente de outras esferas, a imprensa não foi alvo de um decreto específico que impusesse censura direta (Mattos, 2005).

A história de censura no Brasil, seja junto às publicações, livros, imprensa ou a produções artísticas, não acabou com a recém proclamada independência. Em 1921,

no governo do presidente Epitácio Pessoa, foi baixado o Decreto nº 4.269, que trata da seletividade ideológica e da repressão ao anarquismo. Em 1923 o presidente Arthur Bernardes editou o Decreto nº 4.743, que regulava as liberdades de imprensa e dava outras providências. Nos 37 artigos do documento foram dispostas as penalidades que seriam impostas aos crimes cometidos pela imprensa com a determinação do que poderia ou não ser divulgado nos jornais. Um tipo de censura bem caracterizado e que ia desde a proibição de tratamentos não confirmados por profissionais da saúde às críticas ao presidente e ao sistema (Mattos, 2005).

A Revolução de 1930 marcou o início de um período de instabilidade política no Brasil, com a ascensão de Getúlio Vargas ao poder. Apesar das promessas iniciais de democratização, o regime logo se caracterizou por medidas autoritárias que restringiam as liberdades individuais, incluindo a liberdade de expressão e de pensamento. Nesse contexto, a Constituição de 1934, embora promulgada durante o governo provisório de Getúlio Vargas, representou um passo importante na luta por direitos e garantias individuais. O artigo 113, em seu item 9, estabelecia a liberdade de manifestação do pensamento, com algumas ressalvas, como a censura para espetáculos e diversões públicas. A publicação de livros e periódicos também era livre da necessidade de autorização prévia do governo. No entanto, é crucial ressaltar que a liberdade de expressão na Era Vargas era constantemente ameaçada pelas práticas repressivas do regime. A censura prévia era frequentemente utilizada para silenciar vozes críticas e controlar a informação. Diversos veículos de comunicação foram censurados ou mesmo fechados, bem como jornalistas e intelectuais sofreram perseguições e prisões (Mattos, 2005).

Apenas dois dias antes de promulgar a Constituição de 1934, cuja data remete ao dia 16 de julho de 1934, o presidente Getúlio Vargas instituiu uma nova Lei de Imprensa através do Decreto nº 24.776/34, que também tinha o objetivo de regular a imprensa, entre outras providências. Apesar de considerar livre a manifestação do pensamento, em parágrafo único a norma permitia a censura desde que houvesse estado de sítio, nos limites e pela forma que o governo determinasse. No capítulo III, que trata dos delitos e das penas, constam 18 artigos que tratam exclusivamente do que era permitido ou não fazer considerando a comunicação via imprensa, editorial de quaisquer impressos, expressões artísticas e até em se tratando de relações interpessoais, como ofensas e calúnias a funcionários públicos.

Em 1935 Getúlio Vargas regulamentou a propaganda de guerra e em 1936 criou o Tribunal de Segurança Nacional. Se Getúlio Vargas criou os Direitos Trabalhistas, praticamente apagou os direitos individuais, de liberdade de pensamento e de imprensa. Durante todo o seu governo houve vários episódios de cerceamento à liberdade de expressão e de imprensa (Mattos, 2005).

A Carta Constitucional de 1937, promulgada em 10 de novembro, instituiu, por meio de seu artigo 122, a censura prévia aos meios de comunicação, sob a justificativa de salvaguardar "a paz, a ordem e a segurança". Com a subsequente instauração do Estado Novo (1937-1945), liderado por Getúlio Vargas, o controle censório intensificou-se significativamente com a criação do Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP), formalizada pelo Decreto-Lei nº 1.915, de 27 de dezembro de 1939. As atribuições e o escopo de atuação do DIP foram ulteriormente definidos pelo Decreto nº 1.949/39 (Mattos, 2005).

Mattos (2005) explica que o DIP era responsável pelo registro de empresas jornalísticas, pelo registro profissional de jornalistas e até pela autorização de compra do papel jornal por parte das empresas. O resultado deste controle culminou com a negação de registros para 420 jornais, 360 revistas e outros 60 jornais ficaram sem ter condições de publicação devido à não autorização de compra de papel específico. "Naquele momento ditatorial pós Constituição de 1934, a censura foi implacável contra a imprensa que resultou no fechamento de vários jornais e revistas, e o impedimento de criação de outros" (Mattos, 2005, p. 105).

Mas a partir de 1945 o DIP foi perdendo força devido ao ambiente democrático que começava a ser fortalecido no país, com a prática sistemática de censura à imprensa ficando no plano secundário. E foi durante o governo de Getúlio Vargas que surgiu a imprensa clandestina, que conseguia desviar da censura do Estado Novo (Mattos, 2005). Apesar de um certo afrouxamento na censura, o período entre 1945 e 1964 não foi tranquilo e livre para a imprensa brasileira. Dois episódios destacados por Mattos (2005) mostram que o cenário não era de calma: em 1953, após o retorno de Getúlio Vargas ao cargo de presidente pelo voto popular, ele assinou a Lei de Imprensa elaborada pelo Congresso Nacional; em 1957 o partido político União Democrática Nacional (UDN) fez uma campanha, denominada "Caravana da liberdade", coordenada por Juracy Magalhães e Carlos Lacerda, tinha por objetivo aproximação popular antes das novas eleições. Também houve graves episódios de

censura antes da renúncia de Jânio Quadros, como fechamento de rádios, invasão de redações, prisões de jornalistas e a censura às televisões.

O pior momento registrado em termos de liberdade de imprensa e de expressão no Brasil foi durante a ditadura militar, que ocorreu de 1964 a 1985. Naquele período a imprensa brasileira foi regida por decretos que cercearam completamente a liberdade de comunicação e o trabalho da imprensa no país. O Ato Institucional Nº 2 de 1965, baixado pelo general Castelo Branco, que foi um dos mais violentos presidentes que o Brasil já teve. O documento trouxe, no seu *caput*, Artigo 16, a determinação de que a partir de 27 de outubro de 1965, data que entrou em vigor, os brasileiros estavam com seus direitos políticos suspensos e a liberdade era vigiada. Era proibida qualquer atividade ou manifestação de assunto de natureza política. Houve a extinção de partidos políticos e foi proibida toda e qualquer manifestação de pensamento contrário à então ditadura instaurada no país.

Isso foi ratificado na Constituição de 1967, que trazia, no Artigo 166, parágrafo 2º, os seguintes dizeres: “Sem prejuízo da liberdade de pensamento e de informação, a lei poderá estabelecer outras condições para a organização e o funcionamento das empresas jornalísticas ou de televisão e de radiodifusão, no interesse do regime democrático e do combate à subversão e à corrupção” (Brasil, 1967, art. 166). Em um regime de natureza autoritária, a definição de subversivo e corruptor revestia-se de particular complexidade, permeada pela discricionariedade do poder vigente. Nesse contexto, qualquer manifestação que não se alinhasse à exaltação do regime era passível de ser categorizada sob tais designações. A situação perdurou até 1978, quando o então presidente, general Ernesto Geisel, revogou o Ato Institucional nº 5. Porém, “os meios de comunicação continuaram a sofrer vários tipos de pressões, sempre visando o controle de conteúdo das informações veiculadas” (Mattos, 2005 p. 124). Outro exemplo desse controle, citado pelo autor, é que em 1979 havia censores espalhados pelas principais cidades brasileiras onde se concentravam os centros de poder. Naquele ano havia 42 censores em Brasília, 23 em São Paulo e 22 no Rio de Janeiro. A censura era polivalente e se estendia a todo tipo de obra, filmes, letras de música, seriados, novelas e outros.

Durante o período de 1964 a 1988 o governo federal criou várias agências reguladoras para controle e censura dos conteúdos a serem veiculados no país. E a criação do Ministério das Comunicações, em 1967, contribuiu para a implantação de

importantes mudanças estruturais no setor de telecomunicações, como também para redução da interferência de organizações sobre agências reguladoras e crescimento da influência oficial no setor.

Desde a democratização do país, a partir da Constituição de 1988, a legislação brasileira segue na tentativa de se adaptar aos novos contornos que a comunicação trilha no país. Vale destacar que a Constituição traz, no Artigo 220, que é vedada a censura, e autorizada a livre manifestação de pensamento e liberdade de informação jornalística, sem prejuízo e nem embaraço à sua execução (Brasil, 1988).

As linhas que acabamos de trazer servem para contextualizar, ainda que resumidamente, a história da censura da expressão de pensamento no Brasil. Todavia, apesar de a censura não existir mais constitucionalmente, várias leis em vigor regulam a atuação dos meios de comunicação no Brasil, tais como: o capítulo V da parte especial do Código Penal Brasileiro estabelece os chamados crimes contra a honra, Lei nº 2.848/1940; a Lei nº 8.069/1990, da Classificação Indicativa; a Lei nº 13.188/2015, do Direito de Resposta; os direitos de imagem do Código Civil Brasileiro, Lei nº 10.406/2002; e a Lei nº 9.472/1997, que trata das telecomunicações (Brasil, 1940, 1990, 1997, 2002, 2015). Há também o Marco Civil da Internet, Lei nº 12.965/2014, sobre o qual discutimos mais adiante. Essas leis não configuram, entretanto, cerceamento da liberdade de expressão, mas garantia de direitos aos cidadãos que são afetados pelo trabalho da imprensa.

Há uma diferença básica entre liberdade de expressão e liberdade de imprensa. “Enquanto a primeira nasce com o indivíduo, a segunda, para existir, implica não só no material impresso, mas também, na capacidade dos indivíduos de lerem, vale dizer, implica a existência de um público leitor” (Lima, 2012, p. 32). Para explicar a origem da liberdade de imprensa o autor remonta à Revolução Inglesa do século XVII, onde os impressores (*printers*) pressionavam o governo a fim de terem mais privilégios do que as outras pessoas. Já nos EUA o marco é o julgamento do impressor e imigrante alemão John Peter Zenger, ocorrido em 1735. Ele foi a júri popular por calúnia e foi absolvido pela então província de Nova Iorque. Em 1776 a liberdade de imprensa aparece na Declaração de Virgínia, não podendo ser restringida jamais (Lima, 2012).

Para Lima (2012), a partir do momento em que a imprensa se submete à lógica do capital, a direta relação com a liberdade de expressão deixa de existir. Com a

transformação da imprensa em empresas e sua operação conforme as condições mercadológicas, tais negócios atingiram proporções gigantes e tomaram para si a construção do monopólio da construção do simbólico em estados e nações. Segundo o jornalista e sociólogo Perseu Abramo, a lógica da comunicação mudou e, com isso, os padrões de manipulação aumentaram e ganharam outras vertentes.

Os órgãos de comunicação se transformaram em entidades novas, diferentes do que eram em sua origem, distintas das demais instituições sociais, mas extremamente semelhantes a um determinado tipo dessas instituições sociais, que são os partidos políticos. [...]. Na realidade, esses grandes órgãos efetivamente são autônomos e independentes, em grande parte, em relação a outras formas de poder [...] porque são eles mesmos em si, fonte original de poder, entes político-partidários, e disputavam o poder maior sobre a sociedade em benefício dos seus próprios interesses e valores políticos. [...]. Os órgãos de comunicação são os meios de comunicação de si mesmos como partidaristas (Abramo, 2016, p. 65; 67-68).

Sobre o significado de liberdade de expressão, Lima (2012) busca em John Milton a definição de direito natural e absoluto, sendo que este foi usurpado e violado de forma implacável principalmente nos regimes totalitários do século XX. Trazendo para os dias atuais, as democracias tratam a discussão sobre liberdade de expressão e de imprensa como não isentas de formas de se regular a mídia em cada país. Na visão de Lima (2012, p. 77), vale destacar que há de se buscar garantir, da forma mais perene possível, a pluralidade e a diversidade de fontes e conteúdos, “pois este é o princípio basilar para a construção da opinião livre e independente da cidadania”.

Assim, conclui-se que o Estado Democrático de Direito não pode impedir que seus cidadãos tenham o direito de se expressar publicamente sobre assuntos da vida pública, independentemente da ideologia que professam, mas também não podem se omitir em relação a formas de regulação do exercício dessa liberdade quando um direito entra em conflito com outro.

Conforme Francisco e Nerling (2018), a dignidade da pessoa humana é um preceito supremo e norteador dos direitos fundamentais. Todavia, poderá ocorrer a colisão de interesses em determinada questão, razão pela qual o Direito considera o princípio da relatividade dos direitos humanos. Os autores usaram uma jurisprudência do STF para fundamentar que os direitos fundamentais não são absolutos.

Os direitos e garantias individuais não têm caráter absoluto. Não há, no sistema constitucional brasileiro, direitos ou garantias que se revistam de caráter absoluto, mesmo porque razões de relevante interesse público ou

exigências derivadas do princípio de convivência das liberdades legitimam, ainda que excepcionalmente, a adoção, por parte dos órgãos estatais, de medidas restritivas das prerrogativas individuais ou coletivas, desde que respeitados os termos estabelecidos pela própria Constituição. O estatuto constitucional das liberdades públicas, ao delinear o regime jurídico a que estas estão sujeitas - e considerado o substrato ético que as informa - permite que sobre elas incidam limitações de ordem jurídica, destinadas, de um lado, a proteger a integridade do interesse social e, de outro, a assegurar a coexistência harmoniosa das liberdades, pois nenhum direito ou garantia pode ser exercido em detrimento da ordem pública ou com desrespeito aos direitos e garantias de terceiros (Brasil, STF, 2005).

Aplicando esta discussão ao nosso objeto de estudo podemos perceber que sempre houve um tensionamento entre os discursos que defendem a liberdade irrestrita da liberdade de expressão e de imprensa devido. Ao longo da história, a experiência de regimes autoritários demonstra a tendência de controle sobre as atividades de comunicação social. Adicionalmente, argumenta-se em favor da regulação dessas atividades quando o exercício irrestrito das liberdades comunicativas colide com outros direitos constitucionalmente assegurados..

2.1.2 Características da mídia brasileira

Em sua obra “Regulação das comunicações” (2011) o sociólogo e professor Venício Lima apresenta a história do rádio, a mídia eletrônica mais antiga do Brasil, que até hoje está sujeita às outorgas de funcionamento do poder público, assim como a televisão. Apesar dessa curadoria de gabinete e da ausência de participação popular nas decisões, a mídia brasileira ainda não tem uma regulação atualizada e que atenda à modernização alcançada pelo setor. A lei que regulamenta o setor é a Lei Geral das Telecomunicações de 1997, sancionada pelo presidente Fernando Henrique Cardoso. Apesar da curadoria governamental, as principais empresas de radiodifusão do Brasil são propriedades privadas, criadas por grupos empresariais que cresceram de forma exponencial, sem sofrer nenhum tipo de regulação de concentração de propriedade ou de formação de oligopólios. Lima (2011) descreve esses oligopólios como sendo compostos por oligarquias políticas e familiares, igrejas e a hegemonia de um único grupo privado, as Organizações Globo.

O que tem acontecido desde 1988 é uma dificuldade em promover uma regulação das mídias no Brasil, a pretexto da defesa da liberdade de expressão. O problema, segundo Lima (2011), é que há representantes das concessionárias de

mídia no Congresso Nacional. Além do mais, as entidades representativas do setor são controladas por representantes das mídias estabelecidas, como: a Associação Brasileira das Emissoras de Rádio e Televisão (Abert) é amplamente controlada pela Globo; a Associação Brasileira de Radiodifusão (ABRA), controlada pelo Grupo Bandeirantes e Rede TV!; a Associação Brasileira de Radiodifusão, Tecnologia e Telecomunicações (Abratel) é liderada pela TV Record, que também controla a Associação Nacional de Jornais (ANJ).

Na época de publicação do citado livro as *big techs* ainda não representavam uma grande fatia do mercado das comunicações. Todavia, as análises de Lima (2011) mostram quão forte já era o *lobby* das empresas atuando na definição de políticas públicas, onde prevalecem seus interesses privados mercadológicos, sem quase nenhuma representação dos interesses que se opõem a elas.

Desde o início dos anos 2000 foram várias as iniciativas no sentido de ampliar a democratização e propor uma regulação para o setor. Uma das primeiras foi em 2004, com o envio do projeto do governo ao congresso propondo a criação do Conselho Federal de Jornalismo (CFJ). A proposta era promover o respeito ao Código de Ética dos Jornalistas, mas houve uma grande oposição das empresas de comunicação, levando a Federação Nacional dos Jornalistas (Fenaj) a propor um substitutivo do projeto original; mas ambas as propostas foram desconsideradas em dezembro de 2004.

O projeto de transformar a Agência Nacional de Cinema (Ancine) em Agência Nacional do Cinema e do Audiovisual (Ancinav), que seria o órgão regulador e fiscalizador da produção e distribuição de audiovisual no país, foi enviado ao congresso em janeiro de 2005. Passou por várias modificações e, em dezembro de 2006, foi transformada e sancionada na forma da Lei nº 11.437, que criou o Fundo Setorial do Audiovisual (Brasil, 2006). Em novembro de 2003 o Ministério da Cultura disponibilizou, em seu site, o cadastro geral dos concessionários de radiodifusão, onde deveria constar, de forma pública, o nome de todos os sócios de emissoras de rádio e televisão do país. No entanto, em 2007 o cadastro desapareceu do site, o que tornou mais complicado, para o cidadão comum, buscar o quadro societário destas empresas e conhecer quem são seus donos (Lima, 2011). A análise do cenário supracitado permite inferir que as corporações detentoras da hegemonia de audiência

no Brasil, à época, não manifestavam interesse em apoiar a regulação, visando salvaguardar seus interesses econômicos.

Em 2010 foram criadas duas comissões para produzir um pré-projeto de lei visando criar a Lei Geral de Comunicação Eletrônica de Massa, mas as comissões nem chegaram a se reunir. O presidente Luís Inácio Lula da Silva tentou levar a discussão adiante, mas não rendeu nenhum documento. Destino parecido teve o Conselho de Comunicação Social, que chegou a ser regulado e instalado em 2002, mas foi esvaziado e em 2006 já não funcionava mais. Em 2008 a Empresa Brasil de Comunicação (EBC) foi criada pela Lei nº 11.652, uma emissora de TV pública nacional e continua ativa até hoje, mas sem muitos recursos (Lima, 2011).

De 2007 a 2010 houve uma tentativa de regular a TV paga, mas o projeto apenas reservou um percentual mínimo da programação para produções nacionais. Por fim, o Programa Nacional de Banda Larga (PNBL), estabelecido pelo Decreto nº 7.175/10, que tinha por objetivo fomentar, difundir e massificar o uso, o fornecimento de bens e serviços de tecnologias da informação e comunicação, além de promover a inclusão digital. De acordo com nota no site oficial do então Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação (MCTI), a meta, com o decreto, era atingir 40 milhões de residências brasileiras conectadas à internet até 2014 (Brasil, [2011]). Mas o Relatório da situação da conectividade à Internet e Banda Larga no Brasil, produzido pelo Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID) e divulgado em 2013, mostra que, antes de ter um grande crescimento da internet banda larga, o Brasil precisava expandir a rede de telefonia, uma vez que, naquele momento, a internet era provida através da rede cabeada de telefone (Marín; Creus; García Zaballos, 2013).

Ciente do problema, o então ministro das Comunicações, Paulo Bernardo, disse, em 2011, que as economias feitas pelo governo no orçamento seriam investidas na Telebras para expandir a rede de telefonia na região Norte, pois essa região do país era a que possuía a menor quantidade de pontos de presença da Telebras. O relatório aponta também que era preciso mais que um decreto para viabilizar a expansão da internet no Brasil e também na região Norte (Marín; Creus; García Zaballos, 2013). Os textos, que acompanham uma série de mapas comparativos entre a penetração de banda larga e eletricidade, saúde, número de computadores, renda *per capita*, população, apontam que era essencial a implantação e implementação de infraestrutura básica como primeira ação, para que, em um segundo momento, as

pessoas tivessem condições de acessar e utilizar a internet de banda larga. No entanto, em 2018 o Decreto nº 7.175/10 (Brasil, 2010) foi revogado pelo Decreto nº 9.612/18 (Brasil, 2018a). Neste último, o governo federal ampliou as atribuições legais e passou a dispor sobre as políticas públicas de telecomunicações.

As empresas de mídia no Brasil tiveram um crescimento constante no século XX, sendo que muito desse crescimento se deve ao Estado, que foi e ainda é uma grande fonte de financiamento de jornais, através de publicidade oficial, isenções fiscais e subsídios diversos. Além disso, a mídia sempre foi espaço de disputa entre políticos, empresários e jornalistas; bem como de distorções históricas que precisam ser corrigidas, como confundir interesses privados com interesse público (Lima, 2011).

Vê-se, então, que o setor privado das comunicações detém não apenas o poder simbólico de difundir opiniões na sociedade brasileira. Esse poder estende-se para o campo político e a força econômica dos grandes grupos empresariais atua de forma organizada na tentativa de garantir cada vez menos intervenção estatal em seus negócios.

2.1.3 O rápido crescimento das *big techs* no país

As características históricas de prevalência dos interesses privados nas comunicações no Brasil serviram de prerrogativa para a atuação das chamadas *big techs*. De acordo com Morozov (2018), a ascensão dessas plataformas de comunicação digital, sediadas, em grande parte, na América do Norte e cada vez mais na China, ocorreu logo após a crise financeira global que atingiu o mundo no fim da década de 2000 por representarem um modelo econômico diferente de negócios, sedimentado por uma revolução digital que se espalhou de forma inigualável no espectro político e social das nações.

A rápida ascensão das plataformas digitais produziu um estado do bem-estar privatizado, paralelo e praticamente invisível, no qual muitas de nossas atividades cotidianas são fortemente subsidiadas por grandes empresas de tecnologia (interessadas em nossos dados), financiadas por investidores de risco confiantes de que as perdas no curto prazo vão lhes assegurar o domínio no longo prazo (Morozov, 2018, p. 157).

Essas empresas de tecnologia e inovação que dominam o mercado mundial – tais como Google, Meta (responsável pelo Facebook e Instagram) e X (antigo Twitter)

– operam como as principais plataformas de redes sociais digitais no Brasil e são o foco dos debates sobre a regulação no setor de internet.

No blog oficial do Google Brasil (2023) está registrada a história da criação da ainda pequena empresa no Vale do Silício, no Estado da Califórnia (EUA). Foi em 20 de julho de 2005 que o Google Inc. chegou ao Brasil através da aquisição da Akwan Information Technologies, uma empresa brasileira com sede em Belo Horizonte (MG), criada por um grupo de professores do Departamento de Ciência da Computação da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). Na época o único serviço disponível era um buscador que concorria com os buscadores nacionais de então, como o Buscapé, que existe até hoje, o Yahoo! e o Cadê.

No texto oficial que comemora os 18 anos da empresa no Brasil há uma linha do tempo, demonstrando a inserção de novos serviços ao site e a transformação em um portal. Em 2007 o YouTube foi agregado aos serviços do Google; em 2009 o sistema Android foi instalado nos primeiros *smartphones* brasileiros. Já em 2010 o Brasil foi o primeiro país da América Latina a ter o Google Street View. Em 2011 o site passou a permitir a procura de produtos através do Google Shopping. Em 2012 foi aberto o novo escritório em São Paulo, que abrigaria 300 funcionários.

Em 2016 foi aberto o Google Startup, que até 2024 já tinha contribuído com a aceleração de 360 *startups* e segue agregando novos produtos e serviços ao seu portfólio. Assim, o Google, aos poucos, foi se tornando essencial para o dia a dia das companhias, fazendo do topo do seu portal de buscas o local mais almejado pelas empresas. Ainda de acordo com o blog, em 2022 a Central Google Trends de Eleições foi lançada para estabelecer iniciativas no sentido de contribuir com a lisura do processo eleitoral. Em 2023 a empresa colocou sua inteligência artificial (IA) para colaborar no combate aos incêndios na floresta amazônica e na previsão de enchentes (Google Brasil, 2023).

O Facebook chegou ao Brasil em 2007. A rede social digital aportou no país e encontrou o Orkut, que já estava consolidado, com milhões de usuários; sua meta era fazer concorrência e passar à frente, o que não demorou muito. Em 2011, quando a empresa abriu o primeiro escritório no Brasil, o Facebook alcançou os 36,1 milhões de visitantes únicos no Brasil, enquanto o Orkut chegou a 32,6 milhões. No mundo, em novembro de 2011, o Facebook alcançou 845 milhões de usuários (G1, 2014). Em 2012, Mark Zuckerberg, presidente da plataforma, abriu o capital da empresa e

ingressou na Nasdaq; no mesmo ano adquiriu a rede social digital de fotos Instagram, por US\$1bilhão. Em 2014, logo após a bem sucedida abertura de capital e de completar 10 anos de criação, o Google comprou o aplicativo de mensagens Whatsapp por US\$16 bilhões.

Com uma proposta diferente, de ser um microblog, o Twitter, agora X, foi criado em 2006 por Jack Dorsey, Evan Williams e Biz Stone; na época os três trabalhavam na empresa Odeo (Haas, 2024). De acordo com o site Canaltech (Twitter, [2024]), no ano seguinte, 2007, a marca virou uma empresa, porém, continuou com o mesmo princípio: ser uma rede social digital onde era possível escrever textos de 140 caracteres, funcionando como um SMS da internet. Foi em 2008 que o Twitter chegou ao Brasil e em 2009 ganhou a versão em português. Somente em 2017, o número de caracteres aumentou e passou para 280, dobrando o tamanho do texto. Com o decorrer dos anos, e diante da crescente concorrência de outras redes sociais, o Twitter passou a oferecer novas funções para os usuários, como a inclusão de fotos, vídeos e o envio de áudios. Atualmente a rede social tem versões em 49 idiomas e possui mais de 220 milhões de usuários ativos (Canaltech, 2024).

Em 2022, a companhia, que tinha 38 escritórios em 23 países, foi comprada pelo empresário bilionário Elon Musk, que promoveu mudanças polêmicas na rede, como: cobrar por assinatura, adicionar selo de verificação a pagantes e vender perfis desativados. Ele também demitiu funcionários e mudou o nome da rede social de Twitter Inc para X Corp, letra que faz parte do nome de várias de suas empresas (Canaltech, 2024).

Como se percebe, as redes sociais digitais tornaram-se um produto rentável, com grandes investimentos financeiros. As empresas ponto.com reconfiguraram a paisagem econômica no mundo. Castells (2003) observa, no entanto, que a importância dos negócios na internet vai muito além do valor quantitativo.

Ao usar a Internet como um meio fundamental de comunicação e processamento de informação, a empresa adota a rede como sua forma organizacional. Essa transformação sociotécnica permeia o sistema econômico em sua totalidade, e afeta todos os processos de criação, de troca e de distribuição de valor. Assim, capital e trabalho, os componentes-chave de todos os processos de negócios, são modificados em suas características, bem como no modo como operam (Castells, 2003, p. 48).

Ramonet (2016) considera que a imprensa tradicional – rádio, televisão e impresso – só conseguiu acumular perdas desde o surgimento da internet. Com a credibilidade em baixa e sem um modelo econômico eficiente, os grandes veículos de comunicação partiram para formas não muito ortodoxas de atrair sua audiência, que vão desde o distanciamento da missão e dos valores que são intrínsecos ao jornalismo, à venda de produtos e serviços que não são notícias; além de se aliarem a pessoas de credibilidade duvidosa.

Em seu afã de seduzir o maior número de pessoas possível, os meios de comunicação dispersaram sua identidade política, pois seu objetivo não é mais um grupo definido política ou ideologicamente[...]. Outra característica é que os meios de comunicação estão sendo atropelados pela aceleração da informação (Ramonet, 2016, p. 54-55).

Sem recursos, sem independência e com credibilidade decrescente, os veículos de comunicação brasileiros, principalmente os mais antigos, estão fazendo fusões e se integrando a grupos maiores a fim de garantir a sobrevivência. Mas não se pode negar que a moeda que possui maior valor, depois do advento e do avanço da internet, é a informação (Guareschi; Biz, 2005).

Mesmo em crise e na busca por adaptação e por uma competição por vezes desigual, os conglomerados da mídia brasileiros, se unem em parcerias e ou ampliam seus portfólios de serviços para continuarem relevantes. Ainda hoje quem detém a informação, detém o poder. Não há uma instância sequer em nossa sociedade que não tenha a ver com a informação e a comunicação. Economia, educação, política e outras. Cada uma dessas realidades se torna incompreensível fora da mídia (Guareschi; Biz, 2005, p. 59).

Curiosamente, apesar do apelo econômico, Ramonet (2016) diz que a internet permitiu sim maior democratização e liberdade de informação, pois cada pessoa, entidade, órgão e empresa pode ter o seu próprio veículo para se comunicar com seu público e da maneira que achar conveniente. Porém, essa liberdade cria uma concorrência entre especialistas amadores e jornalistas profissionais, a qual tem contribuído fortemente tanto para uma crise de identidade do jornalista profissional quanto para a diminuição da importância da imprensa, que não é mais a única a fornecer informação à sociedade.

Mesmo presente na *web*, o jornalismo lida, hoje, com mais concorrência que no passado. Sites e diferentes postagens em redes sociais, além de fornecerem informação alternativa, atuam também descredibilizando o jornalismo com denúncias

de seu envolvimento direto com determinados grupos políticos. Mesmo com o autodiscurso legitimador de ser um verificador de fatos, outros sites podem até produzir notícias falsas e conseguir milhares de seguidores em detrimento dos meios de comunicação mais renomados.

Mas há também outra razão que explica essa desqualificação, conforme Ramonet (2016). O autor coloca em xeque o poder da mídia enquanto entidade que preza pela democracia e pela liberdade, ao mesmo tempo em que não aceita críticas e está sempre submetida ao poder econômico. A saída tem sido a prática de outro tipo de jornalismo, diferente do praticado pelas grandes empresas. O autor toma por base o modelo americano de jornalismo sem fins lucrativos, que, em sua maioria, é veiculado em meios digitais e cujo objetivo não é ganhar dinheiro, mas praticar o “bom jornalismo” indispensável à manutenção da democracia. Apesar de o modelo sem fins lucrativos ter surgido nos EUA, como exemplifica Ramonet (2016), na segunda metade do século XXI as iniciativas independentes de jornalismo na *web* ganharam corpo na América Latina e no Brasil.

Na América Latina, as agências alternativas e virtuais de notícias representam uma tradição cultural nesta região do planeta. Desde a primeira metade do século XX, foram registradas iniciativas que buscam um novo jeito de dar voz e vez aos excluídos. Assim como ocorreu no Brasil, a América Latina foi marcada por regimes autoritários que pressionou e cerceou a liberdade de imprensa. Rádios comunitárias, tabloides foram alguns dos canais revolucionários e de mobilização contra as imposições dos regimes e provam que podem servir a propósitos contra hegemônicos. Os motivos da proliferação dessas agências virtuais e alternativas de notícias em no mínimo 10 países latino-americanos como, Argentina, Bolívia, Brasil, Chile, Colômbia, Equador, México, Peru, Uruguai e Venezuela, são a instantaneidade, a transmissão descentralizada e o custo menor de operação (Carvalho, 2023, p. 445).

O que se viu a partir de 2010 ainda é muito presente, tanto no Brasil quanto na América Latina. São iniciativas que estão mais próximas de seu público-alvo, ou seja, o cidadão comum ou algum nicho da população que se compromete a levar a informação de forma mais correta e independente possível (Moraes; Ramonet; Serrano, 2016). São coletivos, pequenos sites jornalísticos, portais e agências de notícias que trabalham e publicam conteúdo essencialmente investigativo e, na maioria dos casos, são mantidos por doações de fundações e financiamento coletivo de leitores, internautas e simpatizantes do trabalho realizado. Um exemplo bem sucedido no Brasil é a agência de notícias APública. A agência foi lançada em 2011

só por jornalistas mulheres como a primeira iniciativa de jornalismo investigativo sem fins lucrativos do Brasil. Em 2016, APública produziu o primeiro mapa do jornalismo independente do país. Trata-se de uma ferramenta virtual e colaborativa, onde as iniciativas se integram às centenas de trabalhos realizados no país (O que [...], 2016).

Em nível internacional há o Centro Knight de Jornalismo das Américas, fundado em 2002 pelo professor brasileiro Rosental Calmon, titular da Cátedra Unesco em Comunicação, com uma doação de US\$2 milhões da John S. e James L. Knight Foundation. Hoje o Centro Knight funciona dentro da Universidade do Texas e tem, como um dos seus objetivos, a proposta de ajudar jornalistas a criar e fortalecer uma nova geração de associações independentes ou outras organizações para trabalhar em programas de treinamento autossustentáveis visando elevar os padrões jornalísticos no hemisfério. O trabalho do Centro Knight vai além de promover o jornalismo independente na América Latina, ele também capacita jornalistas a fim de alcançarem a própria sustentabilidade na profissão e denuncia os ataques às iniciativas, independentes ou não, nos países latino americanos, principalmente por parte dos governos, organizações criminosas e paramilitares (Knight Center, 2021).

Não há como comparar as iniciativas de jornalismo independente com a imprensa alternativa de outrora. Kucinski (2001) explica que a imprensa alternativa ou nanica cresceu e ganhou o Brasil durante o golpe militar de 1964. Diferente de hoje, em que os veículos de comunicação são digitais e se apresentam no formato de portais, sites, *podcasts* e outros, durante as décadas de 1960, 1970 e 1980 os jornais eram impressos, normalmente em formato tabloide – por isso o nome “nanica” – sendo menores que o formato *standard* da grande imprensa. Tinham, como características, a crítica à política, à sociedade e aos costumes; e, principalmente, teciam grandes argumentos contra o regime militar. Os jornais cobravam a restauração da democracia e o respeito aos direitos humanos e eram a real resistência ao autoritarismo.

A imprensa alternativa surgiu da articulação de duas forças igualmente compulsivas: o desejo das esquerdas de protagonizar as transformações que propunham e a busca, por jornalistas e intelectuais, de espaços alternativos à grande imprensa e à universidade. É na dupla oposição ao sistema representado pelo regime militar e às limitações à produção intelectual jornalística sob o autoritarismo que se encontra o nexos dessa articulação entre jornalistas, intelectuais e ativistas políticos (Kucinski, 2001, p. 6).

Não é objeto desta pesquisa dissertar sobre a crise do jornalismo tradicional no contexto da internet. Mas é importante salientar que o fato de o jornalismo não ser o

único e, talvez, nem o principal mediador da informação na sociedade, favorece o crescimento da veiculação de notícias falsas, cujos produtores não são regulados por um código de ética profissional. O cenário da desinformação, possibilitado pelas plataformas de redes sociais digitais, afeta a forma como a democracia opera, causando grandes impactos na vida política e no cotidiano dos cidadãos, assunto que é tratado a seguir.

2.2 A RELAÇÃO ENTRE VERDADE, DEMOCRACIA E CIDADANIA

Como explanado, a grande questão desta pesquisa é a discussão sobre a regulação das plataformas digitais, cujo debate é derivado do uso das redes para a proliferação de notícias falsas. O cenário da desinformação, como sabemos, impacta as sociedades democráticas, que pressupõem a circulação de informações plurais, mas principalmente verdadeiras, a fim de que o cidadão possa fazer suas escolhas conscientemente. A isso Lima (2011) acrescenta que a condição básica para o exercício e a realização da cidadania no mundo contemporâneo é a existência de um mercado de mídia democrático e descentralizado.

Na tradição do pensamento ocidental o conceito de cidadania tem origem grega, derivado do surgimento da *polis*, termo que pode significar tanto cidade quanto Estado, onde nasce o cidadão. É na *polis* que a vida acontece e onde há o exercício pleno da cidadania; é a dimensão pública da vida em sociedade e onde o ideal grego de humanismo pleno acontecia (Ribeiro, 2016). O espaço de exercício dessa cidadania não era o mesmo para todos na *polis*, apenas as pessoas com condições de liberdade e igualdade semelhantes podiam participar das assembleias, dar opiniões e participar das discussões.

“A cidadania para os gregos correspondia a uma vida dedicada aos assuntos públicos e políticos, na esfera da vida livre” (Ribeiro, 2016, p. 70). Mas seria um reducionismo limitar a condição cidadã apenas durante a vida na cidade, “a experiência cidadão em sentido global abrangia não somente a política, mas também a esfera social e cultural” (Ribeiro, 2016, p. 72). Trazemos os fundamentos da constituição do termo cidadania para os dias atuais tendo em vista que a cidadania, em sua completude, abrange a vivência e a segurança de respeito a vários direitos humanos.

Da Grécia para a era moderna há um hiato de séculos na construção da cidadania devido ao recrudescimento social vivido pela humanidade fechada nos limites feudais. Somente após o reaparecimento do comércio na Europa Ocidental que as cidades ressurgiram e se tornaram importantes entrepostos comerciais. A nova classe que surgiu, a burguesia, passou a habitar as cidades e a promover a circulação de riquezas fora dos ambientes palacianos e das cortes. As trocas comerciais, a produção e a acumulação da riqueza gerada pelo homem no decorrer dos séculos também pode ser um parâmetro de como o conceito de cidadania foi remodelado no decorrer da história humana (Ribeiro, 2016).

Para além do fazer propriamente político, na acepção grega do termo, que cidadania é o exercício da condição de ser cidadão, habitante da cidade, partícipe de sua vida pública e intencional de indivíduos que compartilham identitariamente um conjunto de valores, representações e de práticas entre si, há uma experiência de cidadania de cidadania. Ela diz respeito à relação que os indivíduos estabelecem entre si e com a sociedade em geral. Concerne ao pertencimento físico e mental a uma esfera comum, a uma comunidade espacial e temporalmente dada cujos membros, indivíduos singulares, únicos e criativos, se identificam e se reconhecem em uma realidade objetivamente vivida (Ribeiro, 2016, p. 82-83).

A condição de cidadão sempre esteve atrelada às diferentes formas da dimensão do que é público e privado, porém sem deixar de ser condição intrínseca para a vida em sociedade, nem se restringindo à esfera política e legislativa do Estado (Ribeiro, 2016). A partir da acepção dos Estados modernos por volta do século XVI, a condição de cidadão livre deveria ser assegurada pelo Estado. Essa construção da dimensão de liberdades era uma soma de esforços que iam da esfera privada à luz do interesse público. Pode-se dizer que o ápice dessa construção aconteceu com a Declaração dos Direitos do Homem e do Cidadão em 1793, em que a liberdade de expressão era aclamada em vários sentidos: liberdade de propriedade, liberdade de expressão, liberdade religiosa, liberdade de locomoção, entre outras garantias fundamentais.

Poucos anos depois outro movimento refletiu de forma ainda mais contundente os ideais de liberdade, igualdade e fraternidade: a Revolução Francesa, ocorrida em 1789. Os conceitos de cidadania e liberdade se fundem e se entrelaçam a fim de possibilitar que o homem tenha condições de existência pública que o leve à vida em sociedade (Ribeiro, 2016). A partir de então, com as liberdades reivindicadas, nasce também o conceito de liberdade de imprensa. A circulação crescente de notícias no

meio social por meio de livros e jornais impressos só poderia existir em um ambiente não autocrático, razão pela qual a monarquia não parecia ser a melhor forma de poder, mas sim a república. O cidadão precisava ter acesso às informações e à cultura produzida por seu povo, bem como respeitada a expressão da sua opinião.

Mas os conceitos de cidadania não são estáveis. “Eles antes convivem e disputam significados e sentidos não só práticos como simbólicos, até porque respondem a uma variedade de tipologias resultantes das mais diversas experiências históricas” (Botelho; Schwarcz, 2012, p. 7). Os autores consideram que a construção mais consensual de cidadania é a de que ser cidadão compreende fazer parte de algo maior, como uma cidade, um Estado e um país, além de ter seus direitos respeitados, mas também com deveres a cumprir. Em síntese, a cidadania “é uma noção construída coletivamente e ganha sentido nas experiências tanto sociais quanto individuais, e por isso é uma identidade social” (Botelho; Schwarcz, 2012, p. 8).

O território que hoje compreende o Brasil foi colonizado no contexto das expansões ultramarinas promovidas pelas monarquias europeias durante a Era das Grandes Navegações, iniciada no século XV. Foi nesse cenário que as caravelas portuguesas chegaram à costa brasileira no início do século XVI. Esse movimento trouxe consigo as inovações e os resíduos de governos absolutistas para os territórios colonizados. A chegada nada amistosa acarretou a imposição, sobre a população nativa, de uma subserviência aos europeus e sem quaisquer direitos assegurados. O processo de construção da cidadania levou séculos e ainda hoje sofre seus percalços no Brasil (Carvalho, 2002).

José Murilo de Carvalho, no livro *A cidadania no Brasil: o longo caminho* (2002), descreve os caminhos percorridos pelos brasileiros, desde a chegada dos portugueses, em 1.500, até depois das primeiras eleições após o golpe militar de 1964, já no período de redemocratização brasileira. Para Carvalho (2002), apesar dos avanços acerca dos direitos e das garantias sociais, o aperfeiçoamento dos mecanismos de representação social era urgente. A representação política ainda não tinha amadurecido o suficiente, a fim de que fosse feito o melhor para a nação. A desigualdade social aumentava o abismo entre as pessoas e os resquícios do autoritarismo e dos privilégios anteriores continuavam a assombrar a recente democracia. “A desigualdade é a escravidão de hoje, o novo câncer que impede a constituição de uma sociedade democrática” (Carvalho, 2002, p. 229).

Na visão do citado autor, para se construir uma cidadania plena são necessárias várias dimensões. Mas uma cidadania plena no Brasil é um ideal quase impossível de ser atingido, pois pressupõe que se combine “liberdade, igualdade e participação de todos. A cidadania, pois, desdobra-se em direitos civis, políticos e sociais” (Carvalho, 2002, p. 7).

[...] Direitos civis são os direitos fundamentais à vida, à liberdade, à propriedade, à igualdade perante a lei. Eles se desdobram na garantia de ir e vir, de escolher o trabalho, de manifestar o pensamento, de organizar-se, de ter respeitada a inviolabilidade do lar e da correspondência. [...]. Sua pedra de toque é a liberdade individual. Direitos políticos se referem à participação do cidadão no governo da sociedade. [...]. Os direitos sociais garantem a participação na riqueza coletiva. Eles incluem o direito à educação, ao trabalho, ao salário justo, à saúde, à aposentadoria (Carvalho, 2002, p. 7-9).

Embora os direitos fundamentais assegurem as liberdades individuais, é importante reconhecer que esses direitos também possuem uma dimensão social. A liberdade de expressão, por exemplo, deve ser constantemente ponderada em relação a outros direitos, conforme estabelece o princípio da relatividade, já discutido anteriormente no âmbito da teoria dos direitos humanos. O exercício de um direito não pode ocorrer de forma absoluta, devendo sempre considerar os limites impostos pela coexistência com os direitos dos demais.

Essa perspectiva torna-se especialmente relevante quando se analisa o papel da imprensa e a prática jornalística. A partir do século XIX, as atividades jornalísticas passaram a se estruturar como empreendimentos financeiramente autônomos, impulsionadas pela crescente lucratividade do mercado de notícias. Esse novo cenário possibilitou o fortalecimento de determinados grupos de comunicação, ampliando significativamente sua influência na sociedade brasileira.

No século XX, os avanços científicos e tecnológicos, aliados à expansão dos centros urbanos e à intensificação da circulação de capital, favoreceram o surgimento de novas mídias, como o rádio, a televisão e o cinema. Essas transformações impactaram profundamente a produção jornalística e o modo como as sociedades capitalistas contemporâneas consomem informação. “Desde então, a liberdade de imprensa passou a ser uma temática recorrente que visa legitimar no âmbito da esfera pública política, o exercício público da crítica, traduzindo-se posteriormente na defesa da cidadania política” (Ribeiro, 2016, p. 93).

A cidadania e a democracia se completam, pois somente em um ambiente democrático é possível reivindicar, conquistar e afirmar direitos estendidos à toda sociedade. Em sua rubrica política, a democracia significa o governo do povo ou um governo em que o povo exerce a soberania; ou ainda o governo em que o povo toma as decisões importantes segundo princípios permanentes da legalidade (Siqueira Junior; Oliveira, 2009). O jurista Siqueira Junior (2009b) apresenta a origem da palavra democracia, que vem do grego *demos* (povo) + *kratos* (poder), cujo resultado etimológico designa um governo do povo.

Em sua constituição clássica, o primeiro conceito de democracia surgiu na Grécia Antiga, tendo sido originado na filosofia política, avançando para as modernas ciências sociais, com distinção entre público e privado (Botelho; Schwarcz, 2012). Contudo, na sua concepção original como governo de todos, o conceito de democracia já surgiu de forma restrita, uma vez que apenas os cidadãos gregos, aqueles que detinham o direito à cidadania, podiam participar da vida democrática.

Essa cidadania, por sua vez, era limitada a determinados segmentos da população grega da época, excluindo expressivamente mulheres, estrangeiros e escravizados. O conceito de cidadania tem sua base na vinculação com o princípio democrático, de modo que “sem democracia não há possibilidade de haver cidadania” (Siqueira Junior, 2009b, p. 247).

De acordo com o citado autor, a democracia se realiza por intermédio da cidadania sob o paradigma do estado democrático de direito, sendo construída considerando-se a interdependência dos direitos fundamentais e no exercício dos direitos sociais. “A democracia participativa realiza-se pela cidadania plena, que não se limita ao voto, mas a uma participação efetiva nos destinos e nas políticas públicas e nos negócios de Estado” (Siqueira Junior, 2009b, p. 251).

Para Chauí (2019) a democracia é bem mais que um sistema político, é uma forma geral de sociedade. A socióloga descreve os principais traços da democracia na contemporaneidade ocidental: um sistema político onde impera a igualdade dos cidadãos perante a lei e onde há o direito de expor a opinião própria, seja no particular ou de forma pública. Porém, um dos maiores problemas das democracias contemporâneas é o conflito periódico dos dois principais princípios que as regem: a igualdade e a liberdade.

As características básicas da democracia parecem ser de simples execução e vêm se mantendo ao longo do tempo. Mas Chauí (2019) descreve a democracia como sendo um movimento constante na solução de conflitos. Por ser um sistema de governo onde todos têm o direito de opinar e a liberdade de discordar, o consenso nem sempre é possível, por isso, em uma democracia vence a plataforma que possui a maioria de concordância entre opiniões e argumentos. “O conflito é considerado legítimo e necessário, buscando mediações institucionais para que possa exprimir-se” (Chauí, 2019, p. 11).

A democracia é um regime em que se busca conciliar as dificuldades em equilibrar o princípio da igualdade e o da liberdade. Como um regime sociopolítico, a democracia é o único modelo que é construído conforme as mudanças temporais ocorrem. A alternância do poder garante que a opinião da maioria foi respeitada, sendo que os diferentes poderes (Legislativo, Judiciário e Executivo) tentam estabelecer contrapesos para assegurar princípios éticos e legais, evitando a violência e o caos social.

Da Grécia antiga até o século XXI a evolução do Estado seguiu conforme a época e o povo. Na idade Antiga o Estado estava acima dos tribunais. Na idade Média, o poder do Estado era exercido pelo imperador, pelo senhor feudal ou pela igreja. Já da idade Moderna veio a noção de soberania, tendo como base a formação dos Estados Modernos. E foi com o advento do Estado liberal que a limitação do poder dos governantes teve início, com a criação das constituições. As cartas magnas passaram a reger a relação entre Estado e cidadão, onde este passa a participar dos negócios do Estado (Siqueira Junior, 2009a). Esta evolução foi acompanhada por diversos outros movimentos sociais e políticos que nos trazem até o Estado Democrático que se vive hoje no Brasil.

Um dos desafios das democracias contemporâneas é lidar com a rápida aceleração tecnológica e os avanços trazidos por ela. O uso e aplicação massivos da tecnologia na sociedade, nos usos e costumes das pessoas afetadas pelo avanço tecnológico no tratamento da informação designam uma nova forma de economia e sociedade, o que Siqueira Junior (2009a) propõe chamarmos de sociedade da informação.

Ela é caracterizada pela revolução tecnológica, “a qual passou a fornecer as bases da economia e do conhecimento em geral[...]. Na sociedade da informação, o

desenvolvimento encontra-se calcado em bens imateriais, como os dados, as informações e o conhecimento” (Siqueira Junior, 2009a, p. 124-125).

Diante desse cenário, as reflexões propostas pelo autor sugerem que o principal ator da democracia, que, segundo ele, ainda é o Estado, enfrenta uma crise de representação da sociedade. Embora as ferramentas tecnológicas da sociedade da informação contribuam para a ampliação da cidadania, os instrumentos do Estado demoram para se adaptar conforme as rápidas mudanças trazidas pelas transformações sociais globais (Siqueira Junior, 2009a).

E o grande questionamento que surge é: até que ponto a verdade é o cimento que deveria solidificar as bases da democracia e da cidadania? Colocada em xeque na sociedade da informação, a verdade nem sempre é valorizada em meio ao volume imenso de informações que circulam em nível global, dificultando o controle por parte do Estado. Se antes o Estado de Direito deveria salvaguardar as liberdades individuais, agora ele precisa olhar mais atentamente para os direitos sociais, particularmente no que tange o acesso às informações verdadeiras, a fim de que garanta minimamente a coexistência de todos.

Isso porque a verdade factual é condição constitutiva dos valores democráticos. “Se por um lado cada indivíduo tem a possibilidade de determinar o que importante discutir” (Mainieri; Romani, 2016, p. 184) no espaço público, “faz tempo que relatos inverídicos embaralham a política e a condição humana” (Bucci, 2019, p. 22). Vale nos determos no conceito de verdade factual cunhado por Hannah Arendt, no sentido de entender um pouco mais sobre a realidade informacional que em se vive neste século XXI.

A verdade factual não é evidente nem necessária, e o que lhe atribui a natureza de verdade efetiva é que os fatos ocorreram de uma determinada maneira e não de outra. Destarte, o problema da verdade factual é que o seu oposto pode ser não apenas o erro, mas também a mentira. Ora, a mentira, nos sistemas políticos tradicionais, era limitada porque, sendo limitada a participação política, ela não implicava normalmente em auto ilusão – os que a manipulavam sabiam distinguir a verdade da mentira. Entretanto, no mundo contemporâneo, estas distinções tendem a desaparecer porque as novas técnicas de comunicação, somadas à incorporação das massas nos sistemas políticos, levaram a novas modalidades de manipulação de opinião (Arendt, 1995, p. 18).

Em uma democracia deve haver uma base comum em que se assentam os fatos e isso é o que valida a política, segundo Bucci (2019). O autor nos faz refletir

sobre o quanto a verdade é factual, é um acontecimento simples, de difícil contestação e razoável.

A vantagem é que a verdade factual é muito fácil de ser vista e assimilada. Ela não se confunde com a verdade metafísica, a verdade religiosa, a verdade filosófica – é simples, direta, evidente e tão material quanto o corpo de cada um. [...]. A verdade factual é aquilo que conforma a realidade sensível e sobre a qual não pairam dúvidas práticas. Nada pode ser mais imediato e mais irrefutável do que a verdade factual (Bucci, 2019, p. 85).

Bucci (2019) argumenta que quando não há verdade as práticas políticas ferem os direitos, escolhem lados e não fomentam a democracia. De modo que, confiar a políticos para que estes estabeleçam a verdade dos fatos é se aproximar do totalitarismo ou do autoritarismo.

Do ponto de vista da comunicação, Bucci (2019) diz que a verdade dos fatos é muito mais do que a divulgada por jornalistas – ainda que sem eles não poderíamos nos situar em um mundo em constante mudanças –, mesmo porque um conceito de informação que não tenha relação com a verdade pode até ser suficiente para construir computadores ou celulares, mas não para edificar a democracia. Sobre a relação da política com os fatos, o autor diz que “o domínio político tem sua textura constituída pelos fatos, mas não deveria ter ascendência sobre a função de verificar os fatos – não comanda a função de verificar os fatos” (Bucci, 2019, p. 107).

A verdade factual se estilhaça em fagulhas imateriais, em códigos digitais, escondendo-se em vãos cada vez mais inacessíveis ao tato. [...] Daí a necessidade de articular uma defesa da verdade factual como uma forma de defesa política e, no limite, de uma sociedade que se organize em torno da democracia e dos direitos humanos. Assumir essa defesa é caminhar no contrafluxo da fé, das mistificações e das religiões travestidas de política. (Bucci, 2019, p. 115-118).

A mentira, de certa forma, sempre fez parte da política. Mesmo antes da internet, candidatos em campanhas eleitorais usavam estratégias de difamação, expunham dados enganosos e desqualificavam os adversários. Todavia, no contexto atual, as práticas desinformativas ganharam enormes proporções pelo acesso fácil às novas tecnologias da comunicação, as quais também são de fácil acesso para a população. Como os cidadãos não se comprometem com um código de ética, cuja necessidade se impõe ao jornalismo, a condição da verdade factual não é fundamental nos contextos das redes sociais digitais.

2.3 A PRETENZA NEUTRALIDADE DA REDE

Segundo a organização não governamental Coalizão Global pela Neutralidade de Rede, a expressão neutralidade da rede é um princípio segundo o qual o tráfego na internet deve ser igual para todos, independente do emissor e/ou do receptor, de forma que a liberdade dos usuários de internet não seja restringida pelo favorecimento ou desfavorecimento de transmissão dos conteúdos, serviços, aplicações ou dispositivos particulares. Ou seja, todos têm o mesmo direito de ter acesso igualitário e irrestrito. No Brasil este princípio é garantido pelo Marco Civil da Internet, que prevê em seu Artigo 3, inciso IV, a preservação e garantia da neutralidade da rede. O inciso VII dispõe sobre a preservação de natureza participativa da rede. E todo o Artigo 9, seus dois parágrafos e seis incisos, dispõe sobre a neutralidade da rede.

No Brasil, assim como na maioria dos países da América Latina, a internet não é para todos. Mesmo com o advento da *web* 2.0 e o barateamento do custo de acesso, a internet ainda não é universal. É o que mostra a pesquisa do Centro Regional dos Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Ceti.br), que diz que em novembro de 2023 apenas 84% das residências brasileiras possuíam internet (Camargo, 2023). Outro levantamento do Ceti.br, realizado durante a pandemia de Covid-19, traduz, em números, a dificuldade da população das classes D e E de acessar o benefício via celular. Durante a pandemia milhares de pessoas tiveram que recorrer a parentes ou pagar para ter acesso à internet, pois o celular que possuíam não tinha tecnologia o suficiente para a fazer a conexão (Pancini, 2021).

Castells (2003) explica que a rede mundial de computadores promove uma transformação estrutural na vida das pessoas, criando oportunidades e desafios quase na mesma proporção. Por isso ninguém pode prever o resultado dessa equação no futuro. “A Internet é de fato uma tecnologia da liberdade – mas pode libertar os poderosos para oprimir os desinformados, pode levar à exclusão dos desvalorizados pelos conquistadores do valor” (Castells, 2003, p. 186).

Em 2012, em uma entrevista concedida para a Rádio Europa Abierta, Manuel Castells disse que para que haja neutralidade na rede é preciso que haja conselhos que versem sobre o interesse público para exigir a regulação da internet a fim de que uns não sejam mais privilegiados que outros. O autor também acredita que a única forma de manter a rede livre é por meio da mobilização dos cidadãos (Castells, 2012).

D’Ancona (2018) diz que a *web 2.0* cumpriu a promessa de popularizar o acesso à internet de forma sem precedentes e se transformou no tecido “conjuntivo” da humanidade. Porém, ele acrescenta que, assim como a internet derrubou hierarquias, tornou coletivo inúmeros códigos abertos, deu acesso a um volume inimaginável de informações, “também permitiu o pior dos instintos humanos, funcionando com universidade para terroristas e refúgio para trapaceiros” (D’Ancona, 2018, p. 50).

2.4 A PÓS-VERDADE E A INDÚSTRIA DAS *FAKE NEWS*

A pós-verdade é uma das expressões mais estudadas e comentadas em diversas áreas do conhecimento. No entanto, “a maioria dos textos que se prontificaram a abordar diretamente o assunto centraram-se na denúncia e no combate ao fenômeno que fora viabilizado, sobretudo, pelas disponibilidades interacionais da internet” (Signates, 2019, p. 17).

O marco mais conhecido das discussões do termo foi o ano de 2016, quando Donald Trump concorreu pela primeira vez à eleição para a presidência dos EUA e houve a saída da Inglaterra da União Europeia. O jornal semanário inglês *The Economist* publicou, em 10 de setembro de 2016, a chamada de capa “A arte da mentira: a política da pós-verdade na era das redes sociais”, chamando a atenção do mundo para o problema que estava em ascensão e o debate tomou conta da Europa e das Américas por meses (Bucci, 2019).

Em novembro de 2016, o dicionário Oxford elegeu o termo pós-verdade como a palavra do ano, refletindo o impacto significativo da desinformação nos acontecimentos políticos recentes. Observou-se, nesse contexto, que mesmo democracias consolidadas estavam adentrando uma era em que a verdade factual cedia espaço às opiniões pessoais e aos apelos emocionais. Assim, o conceito de pós-verdade refere-se à predominância de aspectos subjetivos — como crenças individuais e emoções — sobre os fatos objetivos na formação da opinião pública. (Bucci, 2019; G1, 2016).

A expressão pós-verdade, no entanto, já havia sido usada pela primeira vez em um artigo do dramaturgo sérvio Steve Tesich, publicado no jornal *The Nation*, em 1992. Em 2004 também havia sido publicado o livro “*The Post-Truth Era: Dishonesty*

and Deception in Contemporary Life”, de Ralph Keyes. Outras iniciativas para explicar o termo vieram depois, mas já acompanhadas das explicações formuladas nessas publicações (Bucci, 2019).

A contribuição de Signates (2019) nos estudos da pós-verdade destaca os usos de inferências falseadoras que provocam o desnorreamento da linguagem, causam danos, desligam da noção de verdade e ainda são cercadas por pressupostos de impunidade. O autor também nos chama a atenção para o fato de que, apesar da recente fama do termo pós-verdade, o tema não é novo, uma vez que as noções verdadeiras remetem à poética aristotélica.

Signates (2019) ainda ressalta os efeitos da propaganda hitlerista durante a Segunda Guerra Mundial (1942 -1945). Ao ministro de guerra foi atribuída a frase: “Uma mentira dita mil vezes torna-se uma verdade”, fato que ficou conhecido como o “efeito Goebbels”. Ou seja, a reiteração de um conteúdo, ainda que inverídico, dito infinitas vezes e recebido sem questionamento, acaba por se tornar verdade. Dada a imensurável dimensão da circulação das informações no âmbito da internet, ficou muito mais fácil disseminar mentiras que podem vir a se tornar verdades.

“Vivemos, assim, uma crise do factual, em um universo defacturado” (Han, 2022, p. 52). A explicação é a de que vivemos um novo niilismo, que é um sintoma da sociedade da informação, cuja diferenciação entre a verdade e a mentira foi anulada. É nesse ambiente de infocracia que a verdade se sustenta sem precisar de bases sólidas. Assim, na ordem digital, a verdade dá lugar à fugacidade da informação, pois ambas têm temporalidades diferentes (Han, 2022). Para o filósofo coreano, o conceito de infocracia nasce da degeneração da democracia, isso ocorre porque o incalculável volume de informações ao qual uma boa parte dos seres humanos está sujeita nos dias atuais pode ocasionar disrupções, destruições e fraturas nas sociedades democráticas, que vivem sob a égide da supremacia informacional. “A infocracia impulsionada por dados mina o processo democrático que pressupõe autonomia e liberdade de vontade” (Han, 2022, p. 26).

Para o citado autor, a infocracia é uma espécie de regime governamental que vem tomando conta das sociedades humanas que, cada vez mais digitalizadas, são engolidas pela informatização; e “as informações são armas de uma guerra onde não há lugar para o discurso” (Han, 2022, p. 29). Sem perspectiva de retorno, a informatização ganha cada vez mais espaço na vida dos seres humanos, que estão

submetidos a ela. Esta obra de Han (2022), escrita antes da explosão da IA generativa, já previa um futuro sombrio, onde a democracia partidária será esfacelada e dará espaço à pós-democracia digital.

Políticos serão substituídos por especialistas e técnicos informáticos, que passarão a administrar a sociedade para além de pressupostos ideológicos e independentes de interesses do poder. A política será substituída pelo management impulsionado por dados do sistema. Decisões socialmente relevantes serão tomadas por meio do Big Data e da inteligência artificial. Mas vão se tornar secundárias. Não é um mais em discurso e comunicação, mas um mais em dados e algoritmos inteligentes o que a otimização do sistema social promete: a felicidade geral (Han, 2022, p. 46).

Na visão de Bucci (2019) a disseminação de mentiras foi o propulsor da vitória de Donald Trump nos EUA. Para o autor, a crescente difusão das *fake news*, a ponto de fazer diferença em uma eleição gigante como é a americana, pode ser explicada pela seguinte reflexão: “É que as notícias fraudulentas repercutem mais que as verdadeiras. O fator econômico é decisivo, pois notícias fraudulentas dão lucro e quanto maior o número de clicks, mais o autor fatura” (Bucci, 2019, p. 59).

Figueira e Santos (2019) explicam que as *fake news* são uma velha maneira de atingir alvos – também não tão recentes, como destruir reputações, fomentar o ódio, provocar rupturas, causar confusão e disseminar o erro. O que mudou com o passar do tempo foi a digitalização da comunicação, os novos meios em que se propagam as notícias falsas. Ou seja, “o uso massivo de computadores (robôs) que replicam a mesma notícia falsa e pressionam pessoas com centenas de milhares de posts buscando massacrar opiniões adversas” (Figueira; Santos, 2019, p. 9).

Essa característica de não aceitar a diversidade de opinião é uma marca da digitalização do mundo, considera Han (2022). Essa evidência coloca em discussão o regime de credibilidade e pode mobilizar pessoas a se engajar em modos diferenciados de argumentar o debate público, além de dar destaque à subjetividade que aparece em toda parte. A mentira é banalizada e o que vale é contra-atacar a objetividade (Barbosa *et al.*, 2019).

Na era da infocracia (Han, 2022), as *fake news* são produzidas com a intenção de enganar. Visando alcançar o objetivo de proliferá-las a inteligência artificial tem sido amplamente utilizada na produção de conteúdo falso de forma automatizada. Essa discussão tem cada vez mais se tornado a preocupação central das sociedades contemporâneas devido ao impacto que as *fake news* causam nas democracias

modernas. Sobre fake news a autora é taxativa. “São mentiras intencionais a serviço de uma causa escusa” (Barbosa *et al.*, 2019, p. 88).

Ciente ou ignorante da origem de dada notícia fraudulenta, seu impulsionador a coloca em circulação em seus circuitos comunicacionais por encontrar nela uma forma de expressão sobre algo que acredita. O ato de colocar *fake news* em circulação é uma prova de engajamento de um impulsionador com a circulação do discurso do qual acredita, uma ação política e social estimulada entre grupos de pontos de vista similares (Rais; Sales, 2022, p. 438).

Wardle (2020) produziu um manual de identificação e caracterização ampla de como as notícias falsas se manifestam. As conclusões a que ela chegou, após realizar um longo trabalho nos centros de pesquisa da Universidade Harvard e na Universidade de Columbia, ambas nos EUA, é a de que o conteúdo das *fake news* nem sempre é falso, mas manipulado de forma que a verdade seja falseada ou seja apresentada fora de contexto. Outro problema é que, na imensa maioria dos casos, o conteúdo não é notícia, não tem as características, a apuração, a checagem e a idoneidade de uma notícia (Wardle, 2020).

A autora acrescenta que o maior problema causado pelo conteúdo enganoso é a desordem informacional que ele causa. Simplificando, resulta em desinformação que, conforme a proliferação, pode afetar até a consistência de democracias que não estão tão consolidadas, ou que não possuem dispositivos legais eficazes para agir contra atitudes tomadas por pessoas crentes em conteúdos desinformantes.

A desordem informacional pode ser dividida em três categorias, conforme Wardle (2020): a desinformação é a primeira consequência provocada por um conteúdo intencionalmente falso e produzido para provocar danos. A motivação desse conteúdo falso normalmente é causada por ganhar relevância política, ganhar dinheiro ou causar mal ao outro. A autora caracteriza como sendo uma mesinformação, um conteúdo falso e enganoso que é espalhado de forma massiva e viral, por pessoas que não sabem ou por não terem a noção de que o conteúdo é errado, danoso e problemático. Para Wardle (2020), o compartilhamento de mesinformações é marcado pela ideia de pertencimento a uma comunidade, a um grupo, e ressalta motivações sociopsicológicas. A última categoria é a malinformação, caracterizada por conteúdo sabidamente enganoso, espalhado para fazer o mal e provocar danos. “Um exemplo disso é quando agentes russos invadiram e-mails do Comitê Nacional Democrata e

da campanha de Hillary Clinton e vazaram certos detalhes ao público para prejudicar as reputações” (Wardle, 2020, p. 10).

Reconhecer um conteúdo desinformante não é uma das tarefas mais fáceis, principalmente porque o marco da contemporaneidade do fenômeno massivo da proliferação das *fake news* é o ano de 2016. É quase uma década de evolução deste tipo de “crime”, que podemos comparar ao crime organizado que está sempre a um passo da legislação e das formas de coibição. No Brasil não há uma legislação específica para a divulgação de *fake news*, mas o Código Penal brasileiro prevê punição para crimes como calúnia, difamação e injúria, através da aplicação da Lei nº 2.848/1940 (Brasil, 1940). Já o Código Eleitoral brasileiro prevê punição com multa e prisão para crimes como divulgação na propaganda eleitoral de fatos inverídicos, assim como calúnia, difamação e injúria na propaganda eleitoral, conforme a Lei nº 4.737/1965 (Brasil, 1965).

O conteúdo desinformante ganha novos contornos conforme há um avanço da tecnologia da informação e da comunicação. O refinamento dos algoritmos de construção das redes sociais digitais, a introdução de robôs (*bots*) e o uso da inteligência artificial dificultam o trabalho da imprensa e das agências de *fact-checking*. Além disso, no caso brasileiro, não há nem estimativas oficiais sobre o nível de letramento informacional da população, o que se encontra são estudos acadêmicos produzidos a partir de recortes que não dão a dimensão nacional da questão.

A fim de produzir um conteúdo de fácil compreensão, Wardle (2020) classifica os conteúdos de mesinformação e desinformação e o grau de dano que eles podem causar, como se pode visualizar nos Quadros 1 e 2.

Quadro 1 - Tipos de desinformação de baixo dano

Tipo	Consequência
Conteúdo enganoso	Uso enganoso de informações para enquadrar um problema ou indivíduo.
Conexão falsa	Quando manchetes, imagens ou legendas não dão suporte ao conteúdo.
Sátira ou paródia	Nenhuma intenção de causar dano, mas com potencial para enganar.

Fonte: Elaborado pela autora (2025) com base em Wardle (2020).

Quadro 2 - Tipos de desinformação de alto dano

Tipo	Consequência
Conteúdo fabricado	Novo conteúdo 100% falso, criado para enganar e causar danos.
Conteúdo manipulado	Quando informações ou imagens genuínas são manipuladas para enganar
Conteúdo impostor	Quando fontes genuínas são imitadas.
Contexto falso	Quando o conteúdo genuíno é compartilhado com informações contextuais falsas.

Fonte: Elaborado pela autora (2025) com base em Wardle (2020).

Outro problema sério que teve início há duas décadas e se agrava largamente é a crise generalizada de credibilidade da imprensa, como comentado anteriormente. Guareschi e Biz (2005) já diziam que a empresa de comunicação não é uma empresa comum. E que os trabalhadores dos meios de comunicação, principalmente os jornalistas, devem ter consciência da responsabilidade pública e ética que devem ter; bem como que, ao invés de serem desacreditados, precisam ser apoiados. Quase 20 anos depois suas reflexões continuam bastante relevantes.

A comunicação, hoje, é tão ou mais vital que o petróleo. Deve-se prestar atenção à guerra midiática que está se processando. [...]. A empresa de comunicação de massa é diferente de outras empresas. Seu produto não é como um sabonete, de uso externo. Ele mexe com a mente humana, dá significado às coisas, ajuda a construir a cultura, o modo de vida, os valores de toda uma geração (Guareschi; Biz, 2005, p. 66-67).

A má fama da imprensa construída em determinados círculos sociais é um terreno fértil para a promoção das *fake news*. Para Barbosa (2019) não há antídoto mais eficiente para o combate às notícias falsas do que a recuperação da credibilidade do jornalismo profissional e uma regulação eficiente das redes. De acordo com Wardle (2020), o termo *fake news* tem sido utilizado largamente por políticos e pessoas com alguma influência social para desacreditar o jornalismo profissional.

Sodré (2021) usa a expressão “um jornalismo sem povo” para explicar a crise que o jornalismo vem atravessando ao longo das décadas e sobre a comunicação produzida hoje através das redes sociais digitais e por robôs de inteligência artificial. A falta de uma explicação vivenciada no dia a dia e a factualidade cotidiana, com fontes secundárias e terceiras produzidas dentro da rede, constroem uma realidade

paralela virtual e com pouca conexão com a presença física, real e palpável. O desfecho desse ciclo vicioso é uma mídia sem apreensão lógica dos fatos, sem argumentações científicas e composta por operações automatizadas. Assim, caminha-se para o regresso a um lugar onde a opinião própria vale mais que teorias comprovadas.

Politicamente, o risco da comunicação eletrônica para o liberalismo democrático consiste, em primeiro lugar, na obliteração do polo receptivo em favor da emissão, o que abre caminho para a autonomização do algoritmo, ou seja, para que a inteligência artificial controle todo o processo interlocutório (Sodré, 2021, p. 173).

O que se produz é uma informação desenraizada, sem vínculo com o popular, sem pluralidade das fontes, assentada na lógica neoliberal (Sodré, 2021). A concentração de informações nas mãos de conglomerados brasileiros e, principalmente, nas mãos de gigantes da internet, acaba por prejudicar todo um contexto global, com destaque mais negativo para o contexto social e econômico.

Nesse contexto, observa-se uma crescente preocupação global com os impactos da desinformação na esfera pública e na qualidade democrática. A adoção de marcos regulatórios como a Lei de Serviços Digitais (DSA) na União Europeia representa um avanço significativo na tentativa de responsabilizar as plataformas digitais pelos conteúdos veiculados em seus ambientes virtuais. Nos Estados Unidos as plataformas são quase imunes a responsabilização de postagens por conteúdos de terceiros. No Reino Unido as plataformas também não são punidas por danos causados por postagem de terceiros. No entanto, tais iniciativas também suscitam debates complexos sobre os limites entre regulação e censura, especialmente no que diz respeito à preservação da liberdade de expressão. A tensão entre esses dois polos revela o desafio contemporâneo de equilibrar o combate à desinformação com a garantia dos direitos fundamentais em ambientes digitais cada vez mais dominantes na mediação da vida pública. (Folha de São Paulo, 2023).

Em outubro de 2023, a Organização das Nações Unidas (ONU) divulgou um relatório que conceituou a integridade da informação como a "precisão, consistência e confiabilidade da informação", destacando que esta é ameaçada pela desinformação, informações falsas e discurso de ódio (ONU, 2023, p. 5). Em 2024, após extensas consultas públicas com os países-membros, a ONU publicou os cinco Princípios Globais para a Integridade da Informação, visando nortear a produção de

informação íntegra. Esses princípios englobam: confiança e resiliência da sociedade; mídia independente, livre e plural; transparência e pesquisa; capacitação pública; e incentivos saudáveis.

Ainda que considerados intangíveis, a ONU (2024) postula que esses princípios servem como pontos de partida para a construção de um ecossistema de comunicação saudável, capaz de proteger e promover a integridade da informação em todos os contextos, esferas da vida e idiomas. A iniciativa da ONU reflete a preocupação da entidade com os impactos negativos da desinformação nos âmbitos político, social, financeiro, cultural e de saúde nos países-membros. Assim, a organização busca renovar seu compromisso de reforçar a integridade da informação, estabelecendo diretrizes não apenas para si, mas para todos os atores que buscam produzir e consumir informações seguras e de qualidade.

2.5 A REGULAÇÃO DA INTERNET NO BRASIL

Em 2020 tramitou, no Congresso Nacional, o Projeto de Lei nº 2.630 (Brasil, 2020), também conhecido como PL das *fake news*, que dispunha sobre a regulação das empresas de comunicação e redes sociais digitais. Porém, o forte *lobby* das empresas multinacionais de tecnologia de comunicação, as *big techs*, junto aos parlamentares brasileiros, têm freado o avanço das votações do PL que, desde maio de 2023, não avançou no trâmite na Câmara Federal. Mas as iniciativas para regular a internet já ocorrem há alguns anos. A primeira lei que versa sobre a internet no Brasil é a Lei nº 12.965/2014, o chamado Marco Civil da Internet, que em seu art. 19 diz:

Com o intuito de assegurar a liberdade de expressão e impedir a censura, o provedor de aplicações de internet somente poderá ser responsabilizado civilmente por danos decorrentes de conteúdo gerado por terceiros se, após ordem judicial específica, não tomar as providências para, no âmbito e nos limites técnicos do seu serviço e dentro do prazo assinalado, tornar indisponível o conteúdo apontado como infringente, ressalvadas as disposições legais em contrário (Brasil, 2014).

Outra norma criada no sentido de empoderar o titular de seus dados foi sancionada em 2018, a Lei nº 13.709, conhecida como Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) (Brasil, 2018b). Nohara (2022) reflete sobre o papel do Estado diante da desinformação gerada pelas *fake news*. A pesquisadora ressalta que é uma

questão delicada, mas que o Estado deve focar na manutenção da liberdade da rede. Porém, cabe ao poder estatal fomentar a autorregulação e estabelecer parâmetros para que a informação verdadeira seja livre.

Pires e Pires (2022) ressaltam que é patente que o direito não pode se furtar, e sim buscar disciplinar as notícias falsas. “Cabe ao operador do direito enfrentar questões altamente complexas relativas à liberdade de expressão e à hipótese de controle” (Pires; Pires, 2022, p. 250). A dificuldade é lidar com a dicotomia entre a liberdade de expressão e o controle que pode exercer sobre ela, delimitando até que ponto o ato de se expressar pode e deve ser controlado. Este é um questionamento de ordem jurídica.

Vários autores remetem a Constituição de 1988, em seu artigo 220, que dispõe sobre a livre manifestação de pensamento, criação e expressão e que esta liberdade não pode ser cerceada de forma alguma. A grande dificuldade dos legisladores é na ponderação de como regulamentar as redes sem ferir a liberdade de expressão do indivíduo. Mas é patente a necessidade de responsabilização civil pelo conteúdo gerado dos provedores pelo conteúdo gerado e disseminado por seus usuários (Rais; Sales, 2022, p.47).

A criminalização da desinformação ou da produção das *fake news* é um desafio complexo, principalmente no que tange o Estado Democrático de Direito, já que deve atuar sem que fira a liberdade de expressão e a liberdade de informação. É preciso definir uma intervenção criminal que garanta juridicamente a segurança dos direitos fundamentais, mas cabe ao legislador atualizar as leis, principalmente o Código Penal, adaptando-se ante a dinâmica da criminalidade.

“O debate sobre a criminalização das *Fake news* não se limita à disseminação de notícias falsas, implica, em especial, nas possíveis consequências que a desinformação pode promover nas sociedades democráticas” (Medeiros; Abrusio, 2022, p. 269). Ainda tratando da criminalização, Rais e Sales (2022) discorrem que a preocupação é com a tipificação das *fake news* conforme os prejuízos econômicos, políticos e reputacionais que possam ocorrer. Porém, as teses contrárias à criminalização individual das *fake news* questionam o modo como são julgadas as notícias tidas como falsas e os critérios de veracidade. Outra dificuldade para criminalizar quem cria, posta e dissemina as *fake news* é encontrar esses indivíduos e as fontes. Os autores reconhecem que é latente a necessidade de criminalizar os

autores, na medida em que as *fake news* imprimem riscos concretos à convivência democrática.

A forma sugerida para criminalizar e punir os criadores e disseminadores de *fake news* passa por encontrar os limites entre o direito e a legislação penal. Seria necessário alinhar as regras de regulação nacionais e internacionais, as ferramentas tecnológicas, os processos algorítmicos e a criação de padrões a fim de constatar a origem e veracidade da notícia. Não obstante, as empresas de internet devem ser responsabilizadas pelo conteúdo que terceiros postam em suas plataformas, na mesma medida em que pagam para que o conteúdo seja postado e gere engajamento. E, como dito anteriormente, *fake news* geram mais engajamento e compartilhamento nas redes do que conteúdo verdadeiro (Medeiros; Abrusio, 2022).

Um ponto pacífico e consensual entre os juristas brasileiros é que os provedores de internet devem ser responsabilizados pelo conteúdo criado, postado e disseminado via plataformas de mídias digitais. Outra discussão é com as plataformas, que, ao se assumirem protetoras da liberdade de pensamento, podem também ser atores na repressão do conteúdo falso com aparência de verdadeiro, evitando que estes conteúdos causem confusão no cidadão, o qual pode estar sujeito a golpes, a ponto de prejudicá-lo na tomada de decisão, na escolha de políticos, influenciando no julgamento até sobre a própria saúde (Giacchetta, 2022).

O Marco Civil da Internet privilegia a liberdade de expressão e só prevê a retirada de conteúdo falso das plataformas digitais caso haja ordem judicial específica. No entanto, independente da legislação, as plataformas têm autonomia para retirar, de sua base de dados e redes, os conteúdos que estejam desacordo com suas políticas e termos de uso. Para Giacchetta (2022) a decisão final do que sai e do que fica deve ser exclusiva do Judiciário, porém, a remoção de um conteúdo por uma plataforma de modo antecipado contribui para o equilíbrio na atuação dos provedores de internet a fim de tornar as redes um ambiente mais ameno. A preocupação maior do judiciário brasileiro é em relação às eleições, expressão máxima da democracia do país que precisam ser realizadas de forma segura e sem interferências nas regras do processo.

Há, portanto, uma tensão entre a garantia de direitos fundamentais como a liberdade de expressão e o direito à privacidade ante a ausência de uma definição legal que contenha o fenômeno de disseminação das *fake news*.

É nesse contexto eu deve ser buscada a atuação dos provedores de aplicação da internet no combate às *fake news* e à desinformação, com o estabelecimento de políticas claras sobre as condições de uso dos seus serviços, com a criação de mecanismo de denúncia e avaliação do conteúdo que é gerado dentro das plataforma e com o reconhecimento de que não podem os provedores atuar em substituição ao Poder Judiciário, único legitimado a impor a obrigação de remoção de qualquer conteúdo gerado pelos usuários dos seus serviços (Giacchetta, 2022, p. 360).

A responsabilização dos provedores de aplicação de internet deve estar de acordo com a legislação vigente, no caso o Marco Civil da Internet, e deve ser norma equilibrada a fim de não punir em demasia e evitar soluções drásticas que não onere apenas uma das partes (Giacchetta, 2022). A sugestão para a jurisprudência sobre *fake news* vem da primazia da harmonia com a Constituição Brasileira, ponderando valores e a dignidade humana, mas de maneira firme, severa e com ética, na perspectiva das horizontalidades dos direitos fundamentais (Camillo, 2022).

As propostas de responsabilização pelas publicações ofensivas e danosas também vêm de segmentos da sociedade civil organizada, como o Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC), que propôs uma carta compromisso, antes da realização das eleições de 2018, aos candidatos às eleições majoritárias que ocorriam naquele ano, bem como aos parlamentares que seriam eleitos para compor uma nova legislatura no Congresso Nacional, também extensivas aos governadores e legisladores estaduais (Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação, 2018).

A proposta é composta por 20 diretrizes fundamentais para democratizar a comunicação no Brasil. Nosso destaque vai para a diretriz 14: “Criação de mecanismos de responsabilização das mídias por violações de direitos humanos”, que sugere a criação de uma legislação punitiva para as violações previstas na Convenção Americana de Direitos Humanos. Tais violações compreendem desde a propaganda de guerra à apologia ao ódio nacional, racial e religioso que incite a discriminação, o ódio, a violência, a hostilidade e o crime. “A lei também deve prever que a liberdade de expressão esteja sujeita a responsabilidades posteriores a fim de assegurar o respeito aos direitos e à reputação das demais pessoas” (Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação, 2018, p. 10).

Em âmbito internacional tem-se um relatório da Unesco, divulgado em 2020, que impõe, aos países membros da Organização das Nações Unidas (ONU), a

conduta de rejeitar quaisquer atitudes e campanhas desinformativas. De forma geral, no Direito Internacional contribui para qualificação de atos desinformativos, bem como delimita as responsabilidades dos Estados e dos atores privados. A atual reflexão do Direito Internacional caminha para escolhas políticas, leis e regulamentos que estimulem o letramento digital e de mídia, além de viabilizar a elaboração de normativas, tratados de cooperações e que tipifiquem condutas ilícitas, incitação ao terrorismo e ao ódio, mas respeitando a governança da internet e o Direito Internacional dos Direitos Humanos (Polido, 2022).

3 PODER, DISCURSO E ARGUMENTAÇÃO

Este capítulo destina-se à fundamentação teórica sobre poder, discurso e argumentação, temas importantes para a compreensão do *corpus* que nos dispomos a analisar. Essa discussão está inserida em uma situação comunicacional polêmica ambientada no espaço público relacionada à tensão entre liberdade de expressão e regulação das redes sociais digitais. Como mencionamos, os sujeitos sociais ligados a diferentes campos de poder utilizam de argumentos via discurso para estabelecer o debate público e é preciso compreender de que forma eles operam esses argumentos.

3.1 PODER SIMBÓLICO E MICROPODER

Há várias maneiras de se definir o poder. Thompson (2014) relaciona quatro tipos: o econômico, o político, o coercitivo e o simbólico. O primeiro diz respeito à atividade humana produtiva, ou seja, aquele poder que advém do controle dos bens materiais e financeiros. O segundo deriva das atividades que envolvem a coordenação e a regulação das formas de interação dos cidadãos em sociedade, envolvendo principalmente as instituições estatais. O poder coercitivo é aquele que controla os cidadãos por meio da ameaça pela força física – o poder policial e militar por excelência.

Mas o que mais nos interessa aqui é o poder simbólico, exercido pelas instituições culturais e, mais especificamente, o micropoder que opera em nível discursivo. Esse poder é exercido por meio da atividade de “produção, transmissão e recepção do significado das formas simbólicas” (Thompson, 2014, p. 24). Para o autor a busca de sentido nas formas simbólicas é uma constante no ser humano.

Os indivíduos se ocupam constantemente com as atividades de expressão de si mesmos em formas simbólicas ou de interpretação das expressões usadas pelos outros: eles são continuamente envolvidos na comunicação uns com os outros e na troca de informações de conteúdo simbólico. [...]. As ações simbólicas podem provocar reações, liderar respostas de determinado teor, sugerir caminhos e decisões, induzir a crer e a descrever, apoiar os negócios do estado e sublevar as massas em revolta coletiva (Thompson, 2014, p. 24).

Nas sociedades contemporâneas esse poder é exercido também por meio da comunicação social. Sujeitos e instituições produzem seus discursos e o fazem

circular na tentativa de exercer influência no espaço público, interagindo, inclusive, com os outros tipos de poder. Para Thompson (2014) o uso dos meios de comunicação permite a fixação e a reprodução dos discursos, aumentando sua reverberação e sua capacidade de se tornar mais visível em uma coletividade. Um dos principais teóricos estruturalistas do poder simbólico, o professor e escritor francês Pierre Bourdieu propõe a seguinte definição:

[...] um poder de construção da realidade que tende a estabelecer uma ordem gnoseológica: o sentido imediato do mundo (e, em particular, do mundo social), que dispõe sobre uma concepção homogênea de tempo, espaço e torna possível a concordância entre inteligências (Bourdieu, 1989, p. 15).

Pierre Bourdieu prossegue afirmando que esse poder é proveniente principalmente da classe dominante, que detém o poder material e das estruturas dominantes, apontados por ele como sendo o conhecimento e a comunicação. De posse desse poder simbólico, a classe dominante legitima sua dominação e assegura a continuidade de seu poder, reforçando sua própria força e impedindo que os dominados se aproximem do poder, qualquer que seja ele. Essa é uma luta de classes em que, no campo da produção simbólica, tenta-se impor “a definição do mundo social mais conforme aos seus interesses” (Bourdieu, 1989, p. 16). No campo político e empresarial a disputa de poder atravessa até mesmo governos e desafia a legislação dos países.

As frações dominantes, cujo poder assenta no capital econômico, têm em vista impor a legitimidade da sua dominação quer por meio da própria produção simbólica, quer por intermédio dos ideólogos conservadores os quais só verdadeiramente servem os interesses dos dominantes por acréscimo, ameaçando sempre desviar em seu proveito o poder de definição do mundo social que detêm por delegação; a fração dominada tende sempre a colocar o capital específico a que ela deve a sua posição, no topo da hierarquia dos princípios de hierarquização (Bourdieu, 1989, p. 17).

Mas quando se trata propriamente do campo político, a disputa de poder não se enquadra no acúmulo de riquezas. Segundo Bourdieu (1989), o espaço de dominação ocorre na relação de distribuição de poderes e de bens no espaço geográfico onde exercem seus mandatos. Nas democracias, onde a classe política chega ao poder através do voto, o que se pode observar é o uso da influência política para ter acesso a bens a fim de se manter no poder.

O autor também elege os jornalistas como uma classe detentora do poder simbólico. “O jornalista exerce uma forma de dominação (conjuntural não estrutural) sobre um espaço de jogo que ele construiu, e no qual ele se acha colocado em situação de arbítrio, impondo normas de objetividade e de neutralidade” (Bourdieu, 1989, p. 55).

De forma complementar, trazemos também a noção de micropoder de Michel Foucault. Conforme este autor, o micropoder atua no nível discursivo das expressões comunicativas, onde há relação de forças e disputas simbólicas. Ele não é essencialmente repressivo e nem age necessariamente pela violência. O micropoder está envolto em vontade de verdade e está relacionado a um tipo de saber que povoa os discursos dos sujeitos (Foucault, 2008).

Os saberes institucionalizam as relações sociais, evocam argumentos discursivos e mobilizam grupos sociais quando produzem seus discursos. A relação de forças entre diferentes saberes sobre temas da vida está desde a fala de sujeitos simples até aquelas com mais reverberação no espaço público. Aplicados a este trabalho, os conceitos de poder simbólico e micropoder podem ser entendidos como a mobilização discursiva de diferentes campos sociais em torno do tema liberdade de expressão e de opinião no contexto da regulação das plataformas digitais com o objetivo de influenciar a legislação brasileira. Essa mobilização envolve interesses específicos, ancorados em saberes sobre direitos, finalidades do Estado e justiça.

3.2 A POLÊMICA NO ESPAÇO PÚBLICO

O tema tratado nesta pesquisa é polêmico. As *fake news* produzidas em larga escala têm assombrado as democracias contemporâneas, como já discutimos no capítulo anterior. Isso tem forçado os governos a se posicionar em relação à regulação ou não das *big techs* com o principal argumento de que isso levaria à censura ou protegeria os direitos fundamentais dos cidadãos.

Amossy (2017) define polêmica como uma reação a uma tomada de posição sobre a qual existe um desacordo. A polêmica não se restringe apenas a temas espinhosos, como política, religião ou futebol, mas pode surgir em diversos domínios onde a discussão racional não encontra acordo ou consenso. Mas, apesar de indesejável para a maioria das pessoas, o dissenso não é algo ruim. “A discórdia tem,

sem dúvida, efeitos negativos nas relações interpessoais, mas ela é funcional nos grupos sociais em que as forças convergentes e divergentes estão sempre em interação, criando uma dinâmica que é fonte de vida” (Amossy, 2017, p. 33).

Segundo Angenot (2015), nas democracias, em geral, as discussões que não chegam a um acordo são a regra e não a exceção. Nas sociedades, apesar de discursos hegemônicos em torno de alguns temas que são mais detentores de poder simbólico, há dissidências e contradiscursos que o repelem. Vivemos, portanto, em um “mercado discursivo”, onde teses se confrontam com outras e a possibilidade de uma razão universal dá lugar àquele que tem mais poder de convencimento e influência nas instituições sociais.

Decorre disso uma tipologia delineada por Dascal (1999) que pode ilustrar as interações polêmicas. Segundo o autor, as interações polêmicas podem ser avaliadas em três diferentes situações: a disputa, a discussão e a controvérsia. O objetivo da disputa é estratégico, com vistas a vencer por meio de estratagemas, ou seja, não se respeita as leis da lógica e dirige-se à crença. As decisões nesse tipo de interação são impostas por aquele que ganha o debate no espaço público. A discussão, mais analítica, é aberta à colocação de evidências e o objetivo é chegar a uma verdade sobre algo a fim de guiar uma decisão. Já a controvérsia localiza-se no âmbito da retórica e seu objetivo é convencer pelo argumento; vale a melhor interpretação.

Apesar de essa categorização ter sido proposta inicialmente no âmbito da ciência, Amossy (2017) afirma que essa tipologia pode ser aproveitada para a análise de polêmicas públicas, aquelas que se dão em torno de assuntos de interesse público, caso dos limites da liberdade de expressão. Entretanto, a polêmica pública não se mede com base no diálogo face a face. Ela não se submete à estrutura do diálogo como normalmente conhecemos, mas é dialógica no sentido bakhtiniano, entendendo que todo discurso estabelece relações com outros ditos que o circundam no ambiente social. O conceito de interdiscurso, que se aproxima ao de dialogismo, também se aplica aqui, como discutimos mais adiante.

Recuperamos aqui um conceito importante cunhado por Mouffe (2006): a democracia agonística. Como a análise sobre a regulação das plataformas digitais se dá no contexto do Estado Democrático de Direito em que o Brasil se insere, podemos considerar que

Uma democracia pluralista exige um certo volume de consenso e que ela requer lealdade aos valores que constituem seus “princípios ético-políticos”. Entretanto, dado que tais princípios ético-políticos só podem existir por meio de muitas interpretações diferentes e conflitantes, esse consenso está fadado a ser um “consenso conflituoso” (Mouffe, 2006, p. 175).

As democracias modernas admitem a legitimidade de diferentes concepções de mundo, ainda que conflitantes, e cabe ao Estado prover formas de debate dessas concepções, utilizando suas instâncias de contrapeso – Executivo, Legislativo e Judiciário – a fim de estabelecer padrões mínimos de coexistência. Mas, antes que esse debate chegue às instâncias legais, ele normalmente acontece no âmbito social, notadamente pelos meios de comunicação, caso dos órgãos de imprensa e redes sociais digitais. Esse debate social municia os agentes políticos e jurídicos, cujos discursos são produzidos com vistas à persuasão.

Assim, reconhecemos neste trabalho, como natural e inevitável, o conflito resultante das diferentes percepções sobre a regulação das plataformas digitais em sua relação com a liberdade de expressão. A proposta é aprofundar nos argumentos estabelecidos pelos campos discursivos em conflito e verificar como esses argumentos operam a partir das posições-sujeito dos interessados no tema.

3.3 DISCURSO E ARGUMENTAÇÃO

A análise proposta neste trabalho baseia-se na análise argumentativa do discurso, uma vez que este tipo de abordagem privilegia os processos, os sentidos, as relações e os significados da realidade social em contextos de debate público e em contextos polêmicos, a fim de se observar os discursos projetados pelos atores sociais. A definição de discurso, como trata Orlandi (2009), é diferente do discurso como parte de um elo da comunicação humana, a qual consideramos como mensagem. O significado de discurso sofre a influência de diversas correntes das ciências humanas, mas é no campo da filosofia da linguagem que se inserem os teóricos selecionados aqui.

Para Maingueneau (2008) o termo discurso é uma forma de ação e mobiliza estruturas muito mais complexas do que uma organização e uma enunciação de frases. Mesmo que pareça livre e solto, o discurso é determinado por normas, deve ser contextualizado para dar sentido ao enunciado e também é assumido por um sujeito, “que se coloca fonte de referências pessoais, temporais, espaciais, que é

fiador de sua veracidade e se apresenta como responsável por sua veracidade” (Maingueneau, 2008, p. 55).

O discurso pode caracterizar uma sociedade, exercer influência e se relacionar com outros discursos. Não precisa ser de apenas um locutor, pode ser de vários e até hierarquizado. Charaudeau (2010) aplica suas reflexões diretamente no âmbito da comunicação e salienta que o discurso está voltado para além das regras do uso da língua. “No âmbito da informação, isso equivale a se interrogar sobre a mecânica de construção de sentido, sobre a natureza do saber, que é transmitido e sobre o efeito de verdade que pode produzir no receptor” (Charaudeau, 2010, p. 40).

O discurso é o lugar em que se pode observar a relação entre língua e ideologia. A ideologia não é tida aqui somente no âmbito das considerações marxistas, ou seja, enquanto mascaramento da luta de classes, observando-se apenas as relações de dominação e subordinação entre os indivíduos diferentemente posicionados na estrutura social. Adotamos a concepção de Thompson (1995, p. 79), que conceitua ideologia “em termos das maneiras como o sentido, mobilizado pelas formas simbólicas, serve para estabelecer e sustentar relações de dominação”. Por formas simbólicas o autor entende um conjunto de expressões, imagens, falas e textos produzidos por sujeitos sociais e inseridos em um contexto histórico. Segundo ele,

A localização social das pessoas e as qualificações associadas a essas posições, num campo social ou numa instituição, fornecem a esses indivíduos diferentes graus de poder, entendido neste nível como a capacidade conferida a eles socialmente ou institucionalmente, que dá poder a alguns indivíduos para tomar decisões, conseguir seus objetivos e realizar seus interesses (Thompson, 1995).

Os discursos não são apenas mobilizados pela ideologia, mas também por saberes. Para Foucault (2008) o discurso é percebido dentro de uma formação em que se engendram objetos (aquilo sobre o que se fala), conceitos (sentidos atribuídos) e modalidades e estratégias enunciativas (como os sujeitos se expressam e por quais meios) sistematizados em um mesmo sistema de regras historicamente determinadas. O discurso pressupõe um saber sobre o mundo, ou seja, um tipo de conhecimento que não necessariamente deriva de uma disciplina institucionalizada ou de uma ciência, mas de ideias, crenças e formulações que cabem dentro de uma mesma formação discursiva.

Como vimos, o discurso necessita de um sujeito, seja ele indivíduo ou institucional. O sujeito é, ao mesmo tempo, autor e regente do discurso; sem o sujeito o discurso não existe, pois ele é o arcabouço que sustenta e faz emergir o discurso. É do sujeito que partem as referências pessoais, históricas, temporais e espaciais de uma sociedade (Maingueneau, 2008). Para Koch e Elias (2016) qualquer texto é uma complexa estrutura de linguagem e de interação social. Cada texto aponta as conexões que temos com o mundo e a sociedade em que se vive. O sentido não se forma simplesmente na relação entre autor e leitor, locutor e receptor. A construção do sentido envolve conhecimento, experiências, histórias de vida memorizadas que formam a complexa teia do sentido.

Outra noção importante para se entender o discurso é a do interdiscurso. Todo discurso estabelece relações com outros discursos, de forma implícita ou explícita em um enunciado. Ele está relacionado a uma memória social que dá sustentação a uma formação discursiva, uma espécie de pré-construído que povoa a mente dos sujeitos. No trecho destacado a seguir a autora explica o que são as formações discursivas.

As formações discursivas podem ser vistas como regionalizações do interdiscurso, configurações específicas dos discursos em suas relações. O interdiscurso disponibiliza dizeres, determinando, pelo já-dito, aquilo que constitui uma formação discursiva em relação a outra. Dizer que a palavra significa em relação a outras, é afirmar essa articulação de formações discursivas dominadas pelo interdiscurso em sua objetividade material contraditória (Orlandi, 2009, p. 43-44).

A autora acrescenta ainda que a observação do interdiscurso permite verificar a filiação dos dizeres, sua historicidade e sua significância, mostrando os compromissos políticos e ideológicos dos sujeitos. Isso se dá de forma consciente ou não. Assim, um sujeito pode evocar deliberadamente outras falas para a composição do seu discurso, ou pode pronunciá-las sem mesmo saber de sua origem e tê-las como verdadeiras.

3.4 A ARGUMENTAÇÃO

Associada à análise de discurso está a análise das argumentações. A essa linha teórica dá-se o nome de Análise Argumentativa Discursiva (AAD). Ruth Amossy explica que

A análise do discurso e a argumentação retórica se combinam e se completam para explorar, ao mesmo tempo, o funcionamento verbal do discurso polêmico e suas funções sócio discursivas. Em ambas, estamos no domínio do discurso, a saber, do uso que os sujeitos falantes fazem da língua em contexto. É precisamente este uso que se deve descrever para compreender seus mecanismos internos (Amossy, 2017, p. 229).

A autora diz que a argumentação consiste em uma atividade discursiva com o intuito de influenciar determinado interlocutor por meio de argumentos. Os argumentos demandam uma estrutura composta por: a) apresentação e organização de ideias; b) estruturação do raciocínio em defesa de um ponto de vista, noutras palavras, uma tese. Assim, busca-se modificar ou reforçar as representações e as opiniões, ou simplesmente orientar suas maneiras de ver, ou, ainda, suscitar um questionamento (Amossy, 2018).

De acordo com Amossy (2018), a AAD estuda as multiplicidades e complexidades da ação e interação da linguagem. Além da AAD tentar esclarecer os funcionamentos discursivos, relaciona a fala a um lugar social e a quadros institucionais. Busca observar e analisar mais que a simples relação texto e contexto, além de considerar o sujeito não como um mero enunciador único e singular, mas atravessado por contextos, época e por ideias pré-concebidas.

Koch e Elias (2016) observam que a escolha lexical é fundamental para uma boa argumentação, para que toda a situação comunicativa seja completada sem que o argumento perca sua força e nem deixe de ser entendido. “Na argumentação, queremos e buscamos a adesão do nosso interlocutor” (Koch; Elias, 2016, p. 34). As autoras também dizem ser necessário seguir uma estrutura para se chegar ao resultado pretendido, a qual corresponde à apresentação de ideias e estruturação do raciocínio que será orientado na constituição de tese ou ponto de vista que pretende captar a adesão do interlocutor.

Para Koch (1993) as relações argumentativas estão presentes nos enunciados e na enunciação, ou seja, em todos os aspectos dos falantes e no que se deseja falar. Explicando melhor, a argumentatividade está presente na intencionalidade do que se quer dizer, quando se explica algo, quando se justifica e quando se argumenta para se fazer entender ou ainda para orientar discursivamente. O autor explica que, desde criança a argumentação é presente na nossa vida, a partir do momento em que o querer de cada um se torna uma busca por satisfazer desejos e anseios pessoais.

Isso porque, desde pequeno o ser humano consegue se comunicar e argumentar para pedir a comida que mais gosta e até justificar escolhas e traços da personalidade.

A seguir apresentamos alguns dispositivos analíticos que foram observados na análise do *corpus* deste trabalho. Trata-se das propostas de operadores argumentativos de Koch (1993) e de modalidades argumentativas de Amossy (2018).

3.4.1 Operadores argumentativos

Koch (1993) demonstra que na maioria das gramáticas linguísticas há “operadores argumentativos e discursivos” que, no caso da língua portuguesa, podem se apresentar como conectivos, ou seja, palavras que demonstram inclusão, exclusão ou retificação, funcionando como elementos determinantes de valores argumentativos dos enunciados.

É importante salientar que se trata, em alguns casos, de morfemas que a gramática tradicional considera como elementos meramente relacionais – conectivos, como: *mas, porém, embora, já que, pois* e etc. [...] denotadores de inclusão: *até, mesmo, também, inclusive*; de exclusão: *só, somente, apenas, senão* e etc.; de retificação: *aliás, ou melhor, isto é*; de situação: *afinal, então*, etc. (Koch, 1993, p. 105).

A utilização dos operadores argumentativos, contudo, podem ir além da mera análise de conectivos. Nesse sentido, a autora propõe uma tipologia que pode ser adotada pelo analista, a qual está disposta no Quadro 3.

Quadro 3 - Os cinco tipos de argumentação

Argumento	Descrição
De autoridade	É quando se utiliza uma personalidade de determinada área ou instituição conceituada de pesquisa para reforçar as ideias e persuadir o leitor sobre uma opinião.
Histórico	Utiliza como forma de comprovação uma série de acontecimentos e fatos históricos que remetem ao tema em discussão.
De exemplificação	Pode apresentar, por exemplo, narrativas cotidianas para evidenciar um problema e, assim, ajudar na fundamentação do ponto de vista.
De comparação	Faz um comparativo entre ideias distintas a fim de construir um ponto de vista apontando semelhanças ou diferenças entre as noções comparadas.
Por raciocínio lógico	Trata-se de uma forma de compor as ideias com base nas relações de causa e efeito, gerando uma interpretação que pode ir de encontro com a tese defendida.

Fonte: Elaborado pela autora (2025) a partir de Koch e Elias (2016).

Enquanto Koch e Elias (2016) se aprofundam na construção dos argumentos, Amossy (2018) segue com profundidade na análise do discurso. Esta autora diz que, para além da especificidade argumentativa, temos a necessidade de um esquema depreendendo da materialidade do discurso, como se a linguagem fosse uma embalagem que precisasse ser retirada para se abstrair o raciocínio. A tarefa assumida pela análise argumentativa inclui as modalidades múltiplas de ação e da interação da linguagem.

A análise argumentativa se apresenta como análise de discurso na medida em que busca esclarecer o funcionamento do discurso explorando a fala. “Todo discurso supõe o ato de fazer funcionar a linguagem num ato figurativo. Nesse sentido, o estudo da argumentação e o modo como ela se alia aos outros componentes na espessura dos textos, é parte integrante da análise do discurso” (Amossy, 2018, p. 12).

3.4.2 Características do auditório e do locutor

Seja a audiência do discurso oral ou do escrito, tem-se por auditório o público que se deseja influenciar mediante uma argumentação. Esse público pode ser composto por uma ou mais pessoas, pode ser determinado ou indeterminado, presente ou onipresente. O auditório pode ser passivo ou dinâmico e se constitui em uma entidade alvo da persuasão de um sujeito. Além disso, o locutor não tem uma consciência absoluta da audiência que deseja persuadir, pois não há como calcular e nem prever o tamanho; tampouco prever como esse auditório vai receber a empreitada persuasiva (Amossy, 2018).

O fato de não ter como prever como se constitui o auditório não impede de o locutor de tentar elaborar uma imagem, ainda que não muito clara, do público que desejar persuadir e nem de tentar se adaptar ao auditório de modo que o convença de suas convicções e o faça crer em seu discurso argumentativo. Mas a função de um locutor não se restringe apenas ao convencimento, “Um locutor mobiliza a língua, a faz funcionar por um ato de utilização. [...]. O locutor pode escolher, mais ou menos livremente, sua cenografia, a saber, um roteiro preestabelecido que lhe convém, que lhe impõe uma certa postura” (Amossy, 2018, p. 83-85). E, ainda, por mais que busque ser livre e deixar o auditório livre, é preciso haver um reconhecimento entre ambos.

A autora recupera a noção de *ethos*, desde a antiguidade grega até a aplicação à contemporaneidade. “A importância atribuída à pessoa do orador na argumentação é ponto essencial nas retóricas antigas, que se chamam *ethos* a imagem que o orador constroi de si em seu discurso, com o objetivo de contribuir para a eficácia de seu dizer” (Amossy, 2018, p. 79). Na retórica de Aristóteles a construção do *ethos* passa pelo caráter e pela imagem que o orador deseja projetar de si para o auditório em que vai discursar. Essa imagem é cuidadosamente trabalhada antes de ser apresentada diante do auditório, pois é preciso passar conhecimento, competência e intelecto a fim de que o orador seja digno de confiança.

Para outro filósofo grego, Sócrates, o orador precisa se concentrar em ter uma reputação respeitada, pois a construção do nome é o que conta. Para o filósofo grego Cícero o que importa é o bom caráter, a moral ilibada para que o orador se torne digno de ter audiência. Em resumo, Amossy (2018) reflete que, para os gregos, não bastava ter conhecimento e boa capacidade de expressão para ser um orador reconhecido e aceito, mas é imprescindível ter bom caráter, moral, ser virtuoso e gozar de boa reputação.

Maingueneau (2008) considera que a noção de *ethos* não se restringe à dimensão vocal, mas a um conjunto de representações sociais que compõem o enunciador e formam sua imagem. Assim, imbuído de caráter e corporalidade, características essenciais ao bom enunciador, o tornam um fiador da enunciação digno de sua audiência e legitimam o seu dizer. Amossy (2018) conclui que o estudo do *ethos* contemporâneo não se fundamenta apenas nos dados pregressos do locutor ou na imagem previamente construída pelo auditório, mas também em elementos situacionais, como a materialização do discurso e a forma como o enunciador adapta sua fala ao contexto e ao público ao qual se dirige.

3.4.3 Abordagens da AAD e modalidades argumentativas

Segundo Amossy (2018), são várias as abordagens da análise argumentativa, a qual ela enumera e apresenta como sendo ferramentas para orientar o pesquisador a melhor enquadrar o conteúdo em análise. As abordagens sugeridas pela autora estão dispostas no Quadro 4.

Quadro 4 - Abordagens da AAD enumeradas por Amossy (2018)

Abordagem	Descrição
Linguageira	A argumentação não se reduz a uma séria de operações lógicas e de processos mentais. Mas é construída a partir da ação de meios que a linguagem nos oferece como: escolha de palavras, de modos de enunciação, conectores e outros.
Comunicacional	A argumentação visa uma audiência e não pode ser desvinculada de uma relação de interlocução, pois é necessário que produza um efeito.
Dialógica	A argumentação pretende agir sobre um auditório e adaptar-se a ele. É preciso que haja troca e vinculação mesmo que não haja um diálogo efetivo.
Genérica	É a necessidade que a argumentação tem de se inscrever sempre em um tipo e em um gênero de discurso.
Figural	A argumentação aos efeitos de estilo e as figuras de linguagem a fim de se chegar a uma visada persuasiva.
Textual	É uma reunião coerente de enunciados que formam um todo e que a partir de uma construção e ligação que comandam seu desenvolvimento.

Fonte: Elaborado pela autora (2025) com base em Amossy (2018).

Sem se apegar a um tipo específico de texto, Amossy (2018) explica que o *corpus* de análise pode ser uma conversação ou um texto literário, passando pelo discurso político, por diversos tipos de mídia e mesmo pela internet.

Globalmente, pode-se dizer que há argumentação quando uma tomada de posição, um ponto de vista, um modo de perceber o mundo se expressa sobre um fundo de posição e visões antagônicas, ou tão somente divergentes, tentando prevalecer ou fazer-se aceitar. Assim, não pode haver dimensão argumentativa dos discursos fora de uma situação em que duas opções, ao menos, sejam previstas (Amossy, 2018, p. 42).

A argumentatividade surge como consequência do dialogismo, que está entranhado no discurso. Tal dimensão argumentativa ocorre não de forma programada, mas segundo estratégias perceptíveis. O que é possível perceber é que, na estratégia da argumentação não participam somente os textos com teses bem definidas, mas também os que possuem pontos de vista e remetem a uma reflexão (Amossy, 2018).

É justamente no saber compartilhado, nas vivências e nas representações sociais que se fundamentam toda a argumentação, que, por sua vez, serve de base

para o debate, permite que os indivíduos possam participar, tomar decisões, negociar, acordar ou desacordar (Amossy, 2018). É no aparecimento da opinião comum que a doxa se situa e se estabelece nos pontos de acordo de determinado assunto em que a assembleia estabelece respeito e anuência.

“A doxa é o espaço do plausível, como o entende o senso comum” (Amossy, 2018, p. 108). Tal conceituação está baseada no pensamento de Aristóteles, que entende que o aceitável está fundamentado na opinião de todos ou da maioria, ou ainda, está de acordo com a opinião dos seres competentes ou autorizados para falar em nome de todos. Porém, a doxa é associada a um aspecto negativo, por conta da imposição da opinião dominante, já que a doxa permite produzir consenso, mas o submete ao sistema de pensamento. A doxa também mostra como a opinião comum aliena a consciência individual e dificulta a verdadeira reflexão (Amossy, 2018).

Definir a doxa como saber compartilhado de uma comunidade em uma dada época é conceber os interactantes como tributários das representações coletivas e das evidências que subjazem a seus discursos, é ver a sua palavra modelada pelo que se diz e se pensa em torno deles, pelo que absorvem, muitas vezes de modo inconsciente, pelo que consideram evidente sem darem conta disso (Amossy, 2018, p. 112).

Em relação às modalidades argumentativas, a autora também propõe uma tipologia de análise. As modalidades discursivas são “tipos de troca argumentativa que, atravessando os gêneros do discurso, modelam a forma como a argumentação funciona num quadro tanto dialogal quanto dialógico” (Amossy, 2018, p. 232). Essas diferentes maneiras de argumentar são caracterizadas com base nos seguintes parâmetros: a) os papéis desempenhados pelos participantes no dispositivo enunciativo (parceiros, adversários); b) a maneira pela qual ocorre a tentativa de persuasão (apaixonada, racional, colaborativa, instrutiva); c) o modo como o interlocutor é concebido (ser de razão e/ou de sentimento, aluno ou discípulo, cúmplice ou rival etc.). Exemplificando, a autora diz que “a noção de modalidade argumentativa permite reconhecer modos bem diversos pelos quais o discurso orienta ou reorienta uma visão das coisas ou uma opinião” (Amossy, 2018, p. 46).

A seguir descrevemos as possíveis modalidades argumentativas apresentadas por Amossy (2018), as quais apontam para os gêneros discursivos que as privilegiam. São elas:

- a) Modalidade demonstrativa: é aquela em que o locutor busca a adesão do(s) interlocutor(es) apresentando uma tese/uma opinião em um discurso monogerido ou dialogal com base em raciocínio apoiado em provas. São exemplos de gêneros nos quais essa modalidade é recorrente: a redação do Exame Nacional do Ensino Médio (ENEM), o artigo de opinião e o debate eleitoral;
- b) Modalidade patêmica: é caracterizada fundamentalmente pelo apelo aos sentimentos do auditório para angariar adesão à tese ou ao ponto de vista apresentado. Estes gêneros privilegiam a modalidade patêmica: o apelo à ajuda humanitária, o poema lírico, a declaração de amor, entre outros;
- c) Modalidade pedagógica: é a da transmissão de um saber por um locutor autorizado a fazê-lo a um auditório que se encontra na condição de aprendiz. O modo de manifestação dessa troca também pode ser monogerido ou poligerido. Gêneros como o manual escolar, a aula, a palestra, a história de literatura infantil, entre outros, são exemplos prototípicos de ocorrência dessa modalidade;
- d) Modalidade de coconstrução: é aquela em que os participantes levantam conjuntamente uma questão e, da mesma forma, buscam resolvê-la, por meio de uma interação dialogal. A reunião profissional, a reunião de colegiado e a conversação familiar são exemplos de gêneros que privilegiam essa modalidade;
- e) Modalidade negociada: é o tipo de troca em que os participantes debatem sobre um problema que os divide, mas para o qual estão dispostos a buscar e a estabelecer um acordo por meio de uma negociação das divergências. As negociações comerciais, as trocas diplomáticas, as audiências de conciliação, entre outros, são gêneros que privilegiam a modalidade negociada;
- f) Modalidade exemplo ou prova por analogia: nesta modalidade estabelece-se a relação de uma parte a parte e do semelhante ao semelhante. Pode-se dizer que a força persuasiva está no novo que é posto em perspectiva e esclarecido por um modelo já familiar e antigo;
- g) Exemplo histórico: esta modalidade está sujeita a inferências e a interpretações diversas. O exemplo histórico só pode funcionar no âmbito

de uma interação, em que as virtudes dependem fortemente da maneira pela qual diferentes públicos são suscetíveis a interpretar os fatos históricos postos em cena;

- h) Argumento *ad hominem*: é considerado umas das armas privilegiadas do discurso polêmico e um argumento de autoridade ao contrário, que visa silenciar o adversário para asfixiar o debate;
- i) Modalidade polêmica: esta modalidade é caracterizada pela confrontação de teses antagônicas em que se tenta desacreditar o opositor. Ela tornou-se objeto de investigação sistemática em uma pesquisa sobre o discurso polêmico na esfera democrática, realizada por Ruth Amossy e sua equipe, da qual derivou a obra “Apologie de la polemique” (Amossy, 2017), em que nos baseamos para apresentar, mais detida e detalhadamente, a concepção de polêmica no escopo da AAD.

Para Amossy (2018) A análise da argumentação no discurso não tem caráter normativo, ou seja, seu objetivo não é denunciar falácias ou vícios de raciocínio, mas compreender e descrever o modo como a argumentação funciona em contextos concretos. A identificação de incorreções lógicas, nesse sentido, constitui apenas um aspecto secundário, não sendo o foco principal da abordagem argumentativa, que se volta prioritariamente à dinâmica e aos efeitos do raciocínio no discurso.

3.5 ANÁLISE ARGUMENTATIVA

Cada autor utiliza elementos diferentes para construir uma análise argumentativa, para isso constrói uma base teórica que lhe é mais segura e estratégica para demonstrar seu ponto de vista. Para Amossy (2018) não basta fundamentar a interação argumentativa na doxa ou na analogia para compreender o funcionamento. Ela crê que é importante analisar os elementos lexicais, o papel do implícito em suas formas diversas e até os conectores.

De forma mais simples, podemos explicar que, para criar um argumento são necessárias palavras, que são invertidas de sentido e de valor argumentativo. Segundo Amossy (2018), a análise argumentativa não analisa o léxico em si, mas se atenta para as escolhas dos termos e a modelagem. O começo de tudo passa pela

escolha das palavras, que para a autora “nunca é desprovida de peso argumentativo, mesmo que a palavra não tenha sido objeto de um cálculo prévio e tampouco, em uma primeira abordagem, essa ela pareça de uso corrente e passe despercebida” (Amossy, 2018, p. 172).

E, mesmo que haja alguma inocência do autor em escolher determinado vocábulo, essa ingenuidade vai depender do quão familiar esse mesmo vocábulo se insere no meio ao que foi incorporado. Isso explica o porquê, ao ser incorporado em uma determinada formação discursiva, um vocábulo ganha peso à medida que analisamos seu histórico, sua frequência e distribuição nessa composição.

Fazer a análise argumentativa requer atenção aos elementos que podem auxiliar a compreender o dito e o não dito, como foi feita a construção do discurso e o encadeamento dos enunciados (Amossy, 2018). E essa análise não significa examinar a palavra em si, mas a construção, como a argumentação é modelada e como a interação é feita. “Podemos lançar a hipótese de que a seleção de uma palavra nunca é desprovida de peso argumentativo, mesmo que ela não tenha sido objeto de cálculo prévio, essa palavra parece de uso corrente e passe despercebida” (Amossy, 2018, p. 172).

Para a autora o uso de expressões idiomáticas, termos correntes da língua e até os famosos ditados populares podem camuflar ou naturalizar teses que nos levam a deixar passar um valor argumentativo significativo. “O peso das palavras se deixa apreciar melhor na em que conhecemos a sua frequência e a sua distribuição, e até mesmo a sua história, em algumas formações discursivas” (Amossy, 2018, p. 174-175).

A eficácia da argumentação reside na clareza e na completude da expressão. Enquanto as palavras explícitas deixam evidente a intenção comunicativa, as omissões podem gerar lacunas interpretativas. Apesar do potencial persuasivo do implícito, que estimula a participação ativa do interlocutor na construção do sentido, é fundamental que a frase argumentativa seja sintaticamente completa, evitando ambiguidades e garantindo a compreensão integral da ideia. Segundo Amossy (2018), uma argumentação forte chega ao leitor/ouvinte e o estimula a buscar o entendimento do que foi dito mesmo sem todos os elementos explícitos. A força argumentativa do implícito é tamanha que pode atizar a curiosidade e levar a uma busca pela interpretação própria, uma apropriação e a uma cooperação, podendo, inclusive, levar

o alocutário à reconstrução da tese. Mas o contrário pode também acontecer e o alocutário não se envolver e não se interessar por interpretar o implícito, ou até mesmo acreditar que o dito é fruto da própria imaginação e não foi realmente exposto. O implícito dá, ao locutor, a possibilidade de não se envolver e de se beneficiar do silêncio.

Um estudo do implícito necessita que se examine, ao mesmo tempo, o suporte linguístico que o torna possível e as competências enciclopédicas ou o saber partilhado que autorizam sua interpretação. [...]. O implícito em situação argumentativa pode ou fazer parte do funcionamento comum da linguagem ou, ao contrário, ser expressamente mobilizado pelo empreendimento da persuasão (Amossy, 2018, p. 179-180).

Não há como ignorar a importância dos conectores para desenvolver a argumentação, seja para explorar o dito ou o não dito. Amossy (2018) explica que os conectores são as ferramentas de ligação que permitem a integração das palavras para construir um argumento. Além disso, os conectores marcam a temporalidade, a casualidade, a negação e podem também marcar o explícito e o implícito. E, ainda, eles nos levam a dedicar maior atenção na análise empreendida, na tentativa de compreender o todo, a situação e a dimensão argumentativa para consolidar a análise. Ressaltamos que, nesta pesquisa, não vimos necessidade de tratar da análise conversacional, uma vez que o *corpus* estudado é textual e não utilizamos nem mesmo uma entrevista transcrita.

Ao tratarmos do implícito e do explícito, Amossy (2018) nos apresenta ferramentas visíveis e quase físicas, como os conectores, para evidenciar como essas palavras influenciam os alocutores na formação da própria compreensão da argumentação ou não. Quando o auditório é influenciado pelas emoções e o interesse pela argumentação ocorre, a conquista acontece. As emoções que um orador exala foram descritas pela primeira vez por Aristóteles, que usa o termo *pathe*, cujo plural é *pathos*, que vem do grego e pode significar paixões humanas, podendo ser qualquer tipo de paixão. Amossy (2018) indica que a dificuldade de analisar o *pathos* no discurso não se trata apenas de tentar materializar sentimentos em linguagem, mas de como fazer nascer ou crescer no outro.

Além das tensões e das reticências que se apresentam em certas retóricas e além da discrição com que às vezes o *páthos* é tratado, este é ainda objeto de receios relativos às ameaças que representa para todo empreendimento

racional. Tem-se uma lógica das paixões, que contribuem para a ação sobre o público e que são adjuvantes da persuasão, são também aquilo que impede a negociação dos pontos de vista, arruinando toda disposição para ouvir argumentos (Amossy, 2018, p. 200).

As emoções não corroboram com a racionalidade da argumentação, pelo contrário, podem torná-la impossível ou enganosa e suscitar a desconfiança, além de ser empregada para a manipulação do auditório. Não é por acaso que Amossy (2018) reflete que as teorias da argumentação, que deliberam sobre a lógica e o método, não corroboram com a influência das emoções. Dentre as dificuldades apontadas pela autora, uma delas “é a de saber como uma argumentação pode não expressar, mas suscitar e construir emoções discursivamente” (Amossy, 2018, p. 207).

Por fim, Amossy (2018) ressalta que o estudo da argumentação vinculado à análise do discurso é uma tarefa complexa de diálogo entre a filosofia e as ciências da linguagem; tarefa que suscita também uma conversa sob vários pontos de vista com outras disciplinas.

A noção de dimensão argumentativa estendida ao conjunto do discurso permite explorar os múltiplos procedimentos aos quais pode recorrer a empreitada persuasiva. [...]. Sendo assim, a capacidade de levar a adesão implica que a organização textual e as estratégias verbais estejam de acordo com uma situação de discurso: importa saber quem fala a quem, de que lugar e em qual quadro institucional e em qual espaço dóxico. [...]. É, portanto, no entrecruzamento de disciplinas, que se situa a argumentação no discurso. (Amossy, 2018, p. 274-275).

A vinculação entre argumentação e análise do discurso implica diversas consequências relevantes, suscitando questões que estimulam um diálogo profícuo e necessário com outras disciplinas. Isso porque a argumentação no discurso possibilita o estudo da argumentação em língua natural, uma dimensão que não pode ser plenamente abarcada pelas formas lógicas e racionais tradicionais (Amossy, 2018).

4 METODOLOGIA

Esta pesquisa adota teórica e metodologicamente a Análise Argumentativa Discursiva (AAD), cuja fundamentação encontra-se melhor desenvolvida no capítulo anterior. Essa abordagem insere-se na conhecida Análise de Discurso, mas com foco na argumentação, observando como ela opera no *corpus* delimitado para a análise. As principais autoras de referência são a brasileira Ingedore Koch e a israelense Ruth Amossy, cujos trabalhos oferecem categorias analíticas aplicáveis aos objetivos da pesquisa.

A AAD é de natureza essencialmente qualitativa. Segundo Petry *et al.* (2020), a pesquisa qualitativa começou a ter mais visibilidade a partir dos anos de 1990 e compreende uma grande variedade de materiais empíricos, como estudos de caso, experiência pessoal, entrevistas e documentos históricos, entre outros. Este tipo de pesquisa está muito bem adaptado aos métodos aplicados aos estudos e pesquisas das ciências sociais aplicadas.

A pesquisa qualitativa é um meio para conhecer, compreender e explicar os significados que indivíduos e/ou grupos atribuem aos fenômenos de ordem social e/ou psíquica nos quais esses indivíduos e grupos estão inseridos. Os procedimentos de pesquisa na pesquisa qualitativa não utilizam métodos de coleta e análise de dados tais como os métodos experimental e quase-experimental que, obrigatoriamente, envolvem procedimentos numéricos e estatísticos, já que que se deseja é mensurar, medir, quantificar. Na pesquisa qualitativa, as questões que o pesquisador se coloca dizem respeito não ao "quanto", mas ao "como". A análise de dados leva à construção de elementos para temas gerais; as interpretações sobre o significado desses dados competem ao pesquisador (Petry *et al.*, 2020, p. 108-109).

Mais que quantidade, a pesquisa qualitativa adota práticas interpretativas, essenciais para uma abordagem discursiva de produções comunicacionais. Segundo Yin (2016), esse tipo de pesquisa debruça-se sobre acontecimentos no contexto da vida real. Não tendo o objetivo de estabelecer métricas, ela aprofunda no entendimento das ações e dos discursos dos sujeitos envolvidos na pesquisa, buscando entender processos mais subjetivos dos fenômenos sociais.

A AAD, para Koch (1993), é a junção das diversas tendências da linguística moderna, como a análise do discurso e a semântica argumentativa. Ou seja, se propõe à análise do texto com base nas características da linguagem como ponto de

partida, mas vai em direção ao discurso, objetivando entender como os argumentos são escolhidos a partir de um contexto e uma historicidade.

A autora coloca que a argumentação é muito própria da linguagem, visto que falar é uma forma de agir sobre o mundo. Ela está presente nas produções linguageiras sejam quais forem suas materialidades, escrita ou falada. A argumentação é parte estruturante do discurso e tem a função de dar coesão ao texto, a fim de que a clareza e a logicidade possam persuadir.

Já Amossy (2018, p. 11) apresenta a análise argumentativa como “um ramo da análise do discurso (AD), na medida em que deseja esclarecer os funcionamentos discursivos, explorando uma fala situada e, pelo menos, parcialmente sujeita a coerções”. Tem por objetivo mesclar discursos que estão entremeados, dando-lhes o sentido pretendido. Ou seja, “o estudo da argumentação e do modo como ela se alia aos outros componentes na espessura dos textos é parte integrante da análise do discurso”, segundo Amossy (2018, p. 12).

4.1 DELIMITAÇÃO DO *CORPUS*

A escolha dos nove textos que fazem parte do *corpus* se baseou no pronunciamento dos principais atores sociais representativos dos discursos analisados. Segundo Orlandi (2009), a delimitação do *corpus* deve ser baseada na escolha de materialidades que melhor expressam propriedades discursivas. Noutras palavras, faz-se uma triagem do que se imagina ser adequado para os objetivos da pesquisa a partir de evidências textuais.

Orlandi (2009) também afirma que, mesmo após a análise, o objeto não se esgota. Cada pesquisador com sua experiência, aplicação da teoria, metodologia utilizada e interpretação pode obter um tipo de resposta singular, mostrando outras nuances discursivas que outra análise não mostrou. O importante é considerar o discurso, os elementos que o compõem e o estruturam, fazendo uma relação extralinguística. Momento histórico, análises de conjunturas, posição-sujeito dos comunicantes devem compor o olhar do analista para que a linguagem revele uma visão e uma apreensão de mundo, permitindo melhor entendimento de um fenômeno social a partir dos discursos produzidos e circulantes no espaço público.

4.1.1 Discurso jurídico, econômico e jornalístico

O discurso jurídico é melhor percebido em ambientes onde a lei é a sustentação. Segue regras e normas explícitas no que diz respeito às interações e onde a relação de poder é estabelecida hierarquicamente, do mais alto magistrado até o réu. Segundo Dijk (2012), tudo que envolve a fala e os atos de discurso jurídico é altamente regulado, burocrático e pouco atento às dimensões sociais. Tanto no ambiente quanto na fala ou nos textos, o poder incorporado às funções que exercem se manifesta na prática do linguajar jurídico de difícil entendimento.

O autor explica que o estilo prolixo, retórico reproduz a tradição jurídica que facilita o entendimento entre os pares e exclui a compreensão e o entendimento dos demais. Para Diniz (2006) a lógica da argumentação jurídica deve estar infundida no operador do Direito com tecnicismo muito próprio. O autor afirma que no meio jurídico as palavras têm significado e valores diferentes dos que têm no âmbito comum, por isso é necessário dar atenção especial ao português e não o deixar em segundo plano durante a formação dos profissionais.

Os estudos que tratam do discurso jurídico no âmbito da comunicação social, voltados para contextos midiáticos, ainda são poucos. Todavia, no Brasil, a TV Justiça e o jornalismo em geral têm permitido uma maior visibilidade desse discurso. Seus atores surgem como protagonistas do Brasil contemporâneo², o que torna a análise discursiva relevante para os objetivos da pesquisa ora apresentada.

Foram analisadas as decisões dos ministros Alexandre de Moraes e Cármen Lúcia, do Supremo Tribunal Federal (STF), sobre a suspensão do funcionamento da plataforma X (antigo Twitter) no Brasil em setembro de 2024. A relevância da liberdade de expressão, frequentemente defendida por Elon Musk, maior acionista de uma destacada *big tech*, assume um contraponto jurídico significativo. Essa contraposição é particularmente notável considerando as ações de censura implementadas na Rede X (anteriormente Twitter), que demonstram uma preferência por posicionamentos de direita, evidenciando uma discrepância entre a fala e a prática do referido empresário.

² Com a ascensão da extrema direita à presidência da República, na pessoa do ex-deputado Jair Bolsonaro, em que o Estado de Direito Democrático foi recorrentemente atacado, os membros do STF tiveram suas falas bastante repercutidas na mídia, aproximando-os mais dos cidadãos na esfera pública.

No mundo empresarial a questão dos poderes econômico, político e simbólico se entrelaçam e marcam as falas e os discursos dos seus atores sociais. As empresas de comunicação, incluindo aí as plataformas digitais, têm utilizado algoritmos e prerrogativas para estabelecer as condições de interação entre os cidadãos na internet. Dijk (2012) alerta que a tríade significação, legitimação e dominação deve ser observada pelos analistas de discurso.

Outro ponto importante para se entender o discurso econômico é a questão do consumo e de como ele se tornou vital nas sociedades capitalistas (Paulani, 2005). Nesse sentido, os meios de comunicação se tornaram estratégicos para viabilizar os negócios, tanto nos meios de comunicação de massa tradicionais – rádio, tv e jornal – como na internet. Tentativas de regulação, nesse sentido, soam como cerceadoras da livre iniciativa no campo econômico. Na pesquisa aqui apresentada analisamos os discursos do Google, do X e de outras empresas do meio digital.

O discurso jornalístico também compõe nosso *corpus*. De uma maneira geral, tem-se a percepção de que esse discurso é imparcial e neutro, voltado para assuntos de interesse público, o que dá certa legitimidade social ao jornalismo. Apesar de diversos teóricos do jornalismo problematizarem essa percepção – tais como: Traquina (2005), Genro Filho (1987), Rüdiger (2021) e Alsina (2009), existe uma certa expectativa por parte do público e da própria deontologia profissional de que o jornalismo apresente as notícias com equilíbrio e dê espaço para as diferentes vozes sociais, mesmo que controversas.

Segundo Charaudeau (2010), todo discurso representa um interesse social e com a mídia não é diferente. Porém, quando se trata de informação é importante questionar como se dá a construção do sentido acerca do saber que é transmitido e o efeito que ele produz em um receptor. Há um sujeito informador que subjetiva esses dados, processa em formato de informação, significa e devolve essa informação para o mundo, que vai recebê-la conforme a interpretação individual de cada receptor. “Assim todo discurso, antes de representar o mundo representa uma relação, ou mais exatamente, representa o mundo ao representar uma relação” (Charaudeau, 2010, p. 42).

O citado autor também salienta que o jornalismo não é um espaço do tipo deformado ou mascarado, mas congrega uma base não homogênea, cuja significação depende do olhar lançado pelos diferentes atores sociais através das construções dos

próprios discursos nas tentativas de torná-lo compreensível. Esse discurso atravessa e é atravessado por sujeitos, circunstâncias históricas, modo de produção, materialidades tecnológicas, acontecimentos, critérios de organização, fontes e mais uma série de fatores que o torna complexo e mutável. Para a análise aqui apresentada optamos pela escolha de três matérias: duas de veículos da imprensa tradicional e uma de um veículo independente.

No Quadro 5, está a relação dos textos que serviram como *corpus* da pesquisa.

Quadro 5 - Os tipos de discursos dos textos analisados

Título	Data da publicação	Observações
Discurso Econômico		
Post da Starlink no X sobre o cumprimento da decisão do STF	03/09/24	Produzido e postado no X por um dos membros responsáveis pela empresa Starlink explicando porque vai pagar a multa do X.
PL 2.630/2020 deixou de ser sobre combater as <i>fake news</i>	24/02/22	Texto produzido e divulgado no blog oficial do Google, que é uma <i>big tech</i> que possui interesses econômicos no Brasil e quer que a internet continue sem regulação.
Como o PL 2.630 pode piorar a sua internet	27/05/23	Produzido por um grupo de empresas de comunicação digital, <i>big techs</i> , interessadas na não regulação da internet brasileira.
Discurso Jornalístico		
Ação entre amigos: Google e Facebook fizeram acordo secreto. Entenda o caso	03/09/24	Matéria veiculada no portal Exame comprada da agência de notícias do jornal O Globo.
Musk alia interesses comerciais a inclinações políticas sob o manto da liberdade de expressão	08/09/24	Matéria produzida e publicada pela Folha de São Paulo
O X foi transformado em uma ferramenta do projeto político de Elon Musk	07/09/24	Matéria produzida e publicada pela agência de notícias independente Intercept Brasil.
Discurso Jurídico		
Inquérito 4933 Distrito Federal – Decisão do ministro Alexandre de Moraes	12/05/23	Pedido de abertura de inquérito junto à Procuradoria Geral da República (PGR) por parte do ministro do STF Alexandre de Moraes, que intima as empresas Google e Telegram sobre campanha de boicote ao PL 2.630/20.
Inquérito 4781 Distrito Federal – Decisão do ministro Alexandre de Moraes	02/05/23	Pedido à Polícia Federal para recolher os depoimentos de presidente das <i>big techs</i> sob alegação de campanha de desinformação praticada pelas milícias digitais nas redes sociais.
Voto da ministra Cármen Lúcia	02/09/24	Voto da ministra do STF Cármen Lúcia concordando com a suspensão do X no Brasil pela falta de representante legal e por não pagamento de multa.

Fonte: Elaborado pela autora (2025).

Foram analisados nove textos no total, sendo três de cada tipo de discurso, sendo que as análises estão a seguir.

4.2 AS CATEGORIAS DE ANÁLISE

Apresentamos agora as categorias que compõem a AAD. Iniciamos pelas condições de produção dos discursos, com recorte específico para *a priori* histórico, depois falamos da natureza polêmica dos discursos e, por fim, as categorias que são mais específicas da análise argumentativa.

4.2.1 *A priori* histórico

O *a priori* histórico é um elemento constitutivo de qualquer análise de discurso. Para Orlandi (2009) é preciso compreender os sujeitos discursivos em sua historicidade, em que os sujeitos são capazes de reativar suas identidades e ressignificá-las diante de um acontecimento.

A articulação entre discurso e história constitui condições de produção de um discurso. Segundo Orlandi (2009), essas condições podem ser entendidas de forma estrita (circunstâncias da enunciação) ou em sentido amplo (contexto sócio-histórico-ideológico). O analista pode tanto descrever as situações objetivas e conjunturais em que se encontram os sujeitos discursivos quanto os aspectos macrossociológicos, “em que pesem as questões econômicas, políticas e culturais responsáveis pela construção de uma ideologia” (Moraes; Machado; Borges, 2021).

4.2.2 Os tipos de polêmica

O debate em torno da regulação das plataformas digitais é bastante polêmico, como explicado na primeira parte deste trabalho. Mas é importante verificar como os discursos tratam o tema no sentido da busca de consensos ou não, de forma a encontrar soluções razoáveis e colaborativas para todos os sujeitos sociais, envolvidos ou não.

No capítulo anterior descrevemos uma tipologia baseada em Dascal (1999) para análises de interações polêmicas. No caso desta pesquisa não tomamos por obrigatória a interação face-a-face dos sujeitos envolvidos, visto que o *corpus* selecionado não faz parte deste tipo de situação comunicacional. Aplicamos a tipologia observando a característica dos discursos, verificando se eles podem ser identificados dentro das condições da controvérsia, discussão ou disputa, como mostra o Quadro 6.

Quadro 6 - Tipos de interações polêmicas

Discussão	A diferença de opinião sobre uma dada questão deriva de um erro que pode ser corrigido, permitindo, assim, uma solução do conflito ou problema de acordo com procedimentos aprovados na área em questão. Levam ao estabelecimento de uma verdade. Apresentam-se provas.
Disputa	Ancorada em uma preferência, um sentimento, uma atitude. Pode se dissolver ou não; nem sempre depende de procedimentos acordados para a resolução. Levam ao estabelecimento de uma vitória. Apresentam-se estratégias.
Controvérsia	Os participantes defendem sua posição para fazer a balança da razão pender a seu favor. Levam à persuasão, ao convencimento. Apresentam-se argumentos.

Fonte: Elaborado pela autora (2025) com base em Dascal (1999).

No quadro estão as características principais listadas por Dascal (1999), as quais ele acredita que melhor descrevem as interações polêmicas.

4.2.3 Tipos e modalidades argumentativas

Essas categorias também já foram dissertadas no segundo capítulo deste trabalho. Na tentativa de recuperá-las, buscamos em Koch (2016) os cinco tipos de argumentação: de autoridade, histórico, de exemplificação, de comparação e por raciocínio lógico. De Amossy (2008) trabalhamos as modalidades argumentativas: demonstrativa, patêmica, prova por analogia e argumento *ad hominem*.

Após analisar o *corpus* contemplando todas essas categorias atendemos a um objetivo descritivo de como operam os discursos jurídico, econômico e jornalístico, mas avançamos para o objetivo de construir reflexões sobre o impacto desses discursos para a cidadania e para a comunicação, visto tratar-se de um tema importante na contemporaneidade por ter grande impacto na vida das pessoas.

5 OS DISCURSOS SOBRE A REGULAÇÃO: HISTÓRIA, POLÊMICA E ARGUMENTOS

Este último capítulo é destinado à análise do *corpus* da pesquisa, considerando os três dispositivos analíticos escolhidos para este estudo: o *a priori* histórico, a polêmica e a argumentação, conforme apresentado no capítulo anterior.

5.1 A MENTIRA POLÍTICA NA ERA DIGITAL E A TENTATIVA DE REGULAÇÃO

A disseminação de conteúdo falso não é um fenômeno social novo. Bucci (2019) aponta que o espalhamento de mentiras é quase tão antigo quanto o próprio ser humano, ou como o livro e a imprensa. O autor também se insere no conjunto de estudiosos, alguns já mencionados ao longo deste trabalho, que analisam de que modo a internet e a digitalização da vida cotidiana criaram as condições para a disseminação massiva de conteúdos manipuladores, contribuindo para a proliferação de informações falsas em escala global e de difícil controle. Bucci (2019) também argumenta, assim como Wardle (2020), A banalização do termo *fake news* dificulta a classificação e a identificação precisa dos conteúdos falsos, passando a funcionar como um rótulo genérico que engloba indiscriminadamente qualquer tipo de informação incorreta. Prado (2022) afirma que o termo *fake news* é erroneamente usado para denominar um conteúdo falso, pois se é uma notícia, considerando-se a tradução literal do termo em inglês *news*, checada e produzida por um jornalista profissional, não pode ser *fake*, ou seja, não é falsa. Para esta autora o que se vê hoje são conteúdos falsos travestidos de notícias para gerar a sensação de que é uma notícia e provocar a desinformação.

Um exemplo apresentado por Bucci (2019) é o documento “Os protocolos dos sábios de Sião”, de origem desconhecida, que foi usado para espalhar o antissemitismo pela Europa e provocar perseguições e matança contra judeus no velho continente. As táticas de emoldurar dados enganosos e errados como sendo verdadeiros, apesar de bastante antigas, ainda se moldam à situação atual no século XXI, em que robôs são usados para espalhar mensagens de conteúdo mentiroso e danoso, de forma viral e abusiva, a fim de distorcer um acontecimento e até mesmo de influenciar resultados em uma eleição (Santaella, 2018). Mesmo fora do contexto

de guerra, os números dos conteúdos falsos espalhados Brasil e no mundo ganharam contornos nunca vistos na história, facilitados pela internet e pelo advento da sociedade em rede (Castells, 2003), que possibilita que qualquer cidadão produza e dissemine conteúdos em larga escala.

A criação da internet, já mencionada e contextualizada no primeiro capítulo deste trabalho, mostra que a rede concebida na década de 1950 com fins militares foi expandida de forma exponencial, de modo que, nos dias atuais, a regulação é muito necessária (Abboud; Campos, 2022). Estes autores explicam que as mudanças ocorridas ainda no século XIX em relação aos meios de comunicação culminaram no que vemos hoje: uma nova ordem social, de discursos dispersos que se encontram para além de uma existência humana incompleta, mais experimental e aberta ao novo.

Contemporaneamente, uma das maiores dificuldades no que diz respeito à regulamentação e ao controle das *fake news* se refere ao fato de elas se propagarem principalmente por meio do mundo digital. Daí que a dificuldade de regulamentação delas passa pelos mesmos percalços do direito e do Estado de efetuarem o controle de qualquer tema referente à internet ou ao mundo digital (Abboud; Campos, 2022, p. RB-4.2).

Apesar do volume incalculável de informações incorretas e fraudulentas que circulam a cada segundo via internet, o ano de 2016 teve grande destaque nessa em escalada global da desinformação causada prioritariamente pelas *fake news*. Foi em 2016, a partir da campanha para a eleição presidencial dos EUA, com a participação do candidato republicano estadunidense Donald Trump, que o fenômeno da desinformação ganhou dimensão planetária (Santaella, 2018).

Em 2016, as redes sociais digitais já não eram mais simples canais de conversas, mas dispositivos que potencializam e amplificam a difusão de notícias falsas e, por consequência, facilitam a desinformação (Wardle, 2020). Além das condições, em termos de ferramentas de comunicação, o mundo assistia à ascensão da extrema direita em vários países, tivessem eles democracias consolidadas ou não. A eleição de Donald Trump praticamente sacramentou a ascensão da desinformação na América, começando pelos EUA; chegando ao Brasil em 2018, com a eleição de Jair Bolsonaro; e à Argentina em 2023, com a eleição de Javier Milei, todos esses políticos de partidos reconhecidamente de direita. O que nos leva a relacionar que os líderes de extrema direita exploram narrativas falsas e teorias da conspiração para

mobilizar apoiadores, muitas vezes apelando a emoções e preconceitos em vez de evidências e fatos concretos.

Para explicar, ainda que rapidamente, esse cenário político, utilizamos o clássico autor italiano Norberto Bobbio, que na obra “Direita e esquerda: razões e significados de uma distinção política” (1995) defende que não há um conceito definitivo e fechado, mas características do pensamento de quem defende um ou outro posicionamento político.

Refere-se ao reconhecimento de que as duas etiquetas, se tornaram meras ficções e, na realidade, diante da complexidade e novidade dos problemas que os movimentos políticos devem enfrentar, “os destros” e os “esquerdos” dizem, no fim das contas, as mesmas coisas, formulam para uso e consumo de seus eleitores, mais ou menos os mesmos programas e propõem-se os mesmos fins imediatos (Bobbio, 1995, p. 47).

Bobbio (1995) ainda destaca que a definição de direita e esquerda não pode ser decisiva e limitada, pois ela se move conforme o posicionamento pessoal individual. “‘Direita’ e ‘esquerda’ não são conceitos absolutos. São conceitos relativos. Não são conceitos substantivos ou ontológicos. Não são qualidades intrínsecas ao universo político. São lugares do espaço político” (Bobbio, 1995, p. 91). Ainda assim, ele exprime que a composição da direita pode ser sintetizada da seguinte forma: “Nada fora e contra a tradição, tudo na e pela tradição. Se constata depois que existem diversas modalidades de direita, isto depende dos diversos significados de tradição” (Bobbio, 1995, p. 80).

Contrapondo o que seria um homem de direita e um de esquerda, o escritor italiano traz o seguinte ponto de vista: “O homem de direita é aquele que acima de tudo se preocupa em salvaguardar a tradição; o homem de esquerda, ao contrário, é aquele que pretende acima de qualquer outra coisa, libertar seus semelhantes das cadeias a eles impostas pelo privilégio de raça, casta, classe [...]” (Bobbio, 1995, p. 81). O autor delimita que tomar partido do direcionamento da direita ou de esquerda é um posicionamento político individual que envolve uma quantidade complexa de fatores; além disso, não são conteúdos fixados de uma vez para sempre (Bobbio, 1995).

A reorganização das direitas no Brasil apresenta-se como um fenômeno de complexidade intrínseca, interligado a uma trama de variáveis internas e externas que se manifestam no âmbito da dominação e das lutas de classes. Nesse contexto, torna-

se imprescindível considerar a composição heterogênea da burguesia brasileira, segmentada em diversas frações. Tais frações frequentemente entram em conflito devido a interesses imediatos relacionados às relações de produção e às disputas inerentes à dominação. A emergência dessa "nova direita" sinaliza uma busca por proeminência dentro do espectro das frações burguesas no cenário político nacional (Casimiro, 2020).

Conforme Casimiro (2020), os fatores de distinção da "nova direita" brasileira é primordialmente seu *modus operandi*, evidenciada pela atuação de seus partidos da ordem e por seu posicionamento truculento, em detrimento de um corpo de doutrina teórico-política específico ou consolidado. Contudo, no campo teórico, a principal inovação no espectro político-ideológico dessa corrente reside no "libertarianismo" (Casimiro, p. 152, 2020), que transita de ambientes ideológicos restritos da direita para integrar a estrutura material do Estado.

Casimiro (2020) explica que o alinhamento das forças de direita no Brasil contemporâneo aponta para a emergência de uma fração burguesa que ascende à condição de representante proeminente das classes dominantes. Historicamente, esse segmento não ocupava uma posição central na complexa dinâmica dialética entre sociedade civil e Estado. Essa burguesia emergente, ou "nova direita", busca expansão e internacionalização no cenário da economia global. Nesse processo, a institucionalidade estatal configura-se tanto como meio quanto resultado de suas estratégias de construção hegemônica. Baseado nesta constatação do autor, podemos qualificar os motivos que levaram a tantos profissionais de sucesso e de alto poder aquisitivo como cantores, empresários e até políticos se aliarem e defenderem a causa bolsonarista.

Em uma pesquisa exploratória que fez parte da tese de doutorado defendida em 2020, no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporânea da Universidade Federal da Bahia, a pesquisadora Tatiana Dourado levantou 346 ocorrências de *fake news* apenas nos três últimos meses do período eleitoral de 2018 (Dourado, 2020). Também foi em 2018 que a criadora da agência Lupa, a jornalista Cristina Tardáguila, disse que aquele foi um ano em que a checagem de notícias amadureceu à força, pois nunca o *fact-checking* foi tão necessário no Brasil. Foi em 2018 que a jornalista viu seu trabalho e da equipe fazer efeito, ou seja, a checagem passou a ser mais procurada. Segundo a criadora da agência Lupa, no

ano de 2018, a desinformação chegou à enésima potência e a checagem de fatos esteve no centro das atenções mundial. Corroborando com a constatação da jornalista o estudo da organização Avaaz, publicado na Folha de São Paulo em novembro de 2018, que aponta que 90% dos eleitores de Bolsonaro acreditaram em *fake news* (Pasquini, 2018).

Em 2020, com o início da pandemia de Covid-19 no Brasil, observou-se um aumento significativo na disseminação de notícias falsas, tanto no país quanto globalmente. Uma grande quantidade de informações contradizia evidências científicas e orientações de especialistas, sendo que as informações enganosas mais comuns incluíam: tratamentos não comprovados para a Covid-19; divulgação de medicamentos sem aprovação de órgãos de saúde; receitas de remédios caseiros e a negação da existência da doença. Essa onda de desinformação representou um desafio significativo para a saúde pública, dificultando o controle da pandemia e colocando em risco a vida de muitas pessoas (Caldas, 2021).

Além disso, a China foi acusada de espalhar o vírus no mundo, houve a divulgação de informações erradas sobre aglomeração, uso de máscaras, higiene das mãos e muitas outras. Esses e outros temas foram vastamente trabalhados e desmontados pela Agência Lupa, pelo *hotsite* do portal G1, Fato ou Fake – dois dos mais conhecidos sites de *fact-checking*.

No artigo “Análise de *fake news* veiculadas durante a pandemia de COVID-19 no Brasil”, publicado em 2021, na Revista Panamericana de Salud Pública (Barcelos *et al.*, 2021), os pesquisadores avaliaram 329 *fake news* registradas no site G1 e no portal do Ministério da Saúde até junho de 2020. Eles constataram que os principais canais de divulgação deste conteúdo falso eram o WhatsApp e o Facebook. Diante deste cenário, concluíram que o Brasil precisava de uma legislação que regulamentasse o uso da internet e de criar mecanismos de punição para as empresas provedoras das redes sociais digitais, bem como para sites, aplicativos e outras mídias digitais que contribuíam para a proliferação do conteúdo falso.

A Lei nº 12.965/2014 (Brasil, 2014), conhecida como Marco Civil da Internet, já mostrava suas limitações no combate às *fake news* no Brasil desde 2018. Isso se deve ao fato de que o Marco Civil foi concebido com outros objetivos, como: proteção da privacidade e dos dados pessoais para garantir a segurança das informações dos usuários *on-line*; direitos e garantias dos usuários a fim de assegurar a liberdade de

expressão e outros direitos na internet; inviolabilidade e sigilo das comunicações com o intuito de proteger o conteúdo das comunicações dos usuários, tanto em trânsito quanto armazenadas, exceto por ordem judicial.

Embora o Marco Civil da Internet estabeleça princípios importantes para o uso da internet no Brasil, ele não foi projetado especificamente para lidar com o problema da desinformação. Tendo em vista essa lacuna, no dia 3 de julho de 2020 foi apresentado, ao Senado, o Projeto de Lei nº 2.630, de autoria do Senador Alessandro Vieira (Cidadania/SE), contendo 36 artigos, com a seguinte ementa: “Institui a Lei Brasileira de Liberdade, Responsabilidade e Transparência na Internet”. Apelidado de PL das *Fake news*, o projeto de lei traz, em seu artigo 1º, os seguintes dizeres:

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 (Brasil, 2020).

O projeto de lei brasileiro foi inspirado no Digital Services Act (DSA), projeto da União Europeia, que justamente dispõe sobre o controle da internet nos países signatários do bloco e que entrou em vigor em agosto de 2023 (Pinotti, 2023). Desde que foi apresentado, o PL 2.630/2020 seguiu em lenta tramitação, primeiro no Senado e depois na Câmara. A última tramitação ocorreu em 24 de abril de 2024, segundo consta no site da Câmara dos Deputados; foi quando o deputado federal Pastor Henrique Vieira (PSOL/RJ) pediu o requerimento de apensação, REQ nº 1358/2024.

Porém, dias antes, em 9 de abril de 2024, o então presidente da Câmara Federal, deputado federal Arthur Lira (PP-AL) havia arquivado o projeto. De acordo com uma matéria publicada pela Agência Brasil (Brasil, 2024c), o presidente da Câmara afirmou que o projeto não seria mais votado em plenário e anunciou a criação de um grupo de trabalho para a proposição de um novo projeto de regulação das redes sociais dentro de, no máximo, 40 dias, fato que não aconteceu.

Para Abboud e Campos (2022) a internet criou diversas possibilidades de interação entre empresas, pessoas e Estado. A popularização da internet alterou de modo significativo, gerou modelos disruptivos e inovadores empresariais, bem como influencia, como nunca se viu, todo o modo de ser e estar em sociedade. De maneira que se faz necessária a criação de um projeto de regulação para lidar com esse fenômeno, de forma menos burocrática, flexível e dinâmica.

A questão atinente às fake news configura um emblemático exemplo de necessidade de formação de novos mecanismos de regulação e controle. Logo, não seria nenhum exagero afirmar que as fakes news constituem uma espécie de quebra de accountability na formação e na circulação de informações (Abboud; Campos, 2022, p. RB-4.7).

Porém os autores enfatizam que há grande dificuldade em se pensar modelos tradicionais de regulação para o enfrentamento das fakes news, não apenas pelas divergências de ideias e interesses entre os atores envolvidos, mas por se tratar de uma regulação física para normatizar algo que é virtual (Abboud; Campos, 2022).

5.1.1 Arthur Lira: o empresário político

Ainda não há uma biografia ou qualquer livro que conte a história do político, advogado e integrante de uma poderosa família de produtores rurais de Alagoas, Arthur César Pereira de Lira, que ocupou o posto de presidente da Câmara dos Deputados federais de 2021 a fevereiro de 2025. Porém, não é difícil encontrar perfis do político em matérias jornalísticas de variados veículos brasileiros, como os portais G1 (Barbieri; Clavery, 2024) e Infomoney (Arthur [...], 2023), assim como um breve resumo de seu currículo no portal da Câmara dos Deputados (Brasil, 2023).

Arthur Lira possui mandato de deputado federal desde 2011. O parlamentar está na quarta legislatura, que vai até 2027, e em todos os mandatos foi eleito pelo Partido Progressista (PP), agremiação esta que se considera uma legenda centro-direita, e se apresenta como um partido que concentra eleitores de centro e conservadores. Ele foi o 112º presidente da Câmara Federal. Além de político, é advogado, pecuarista e empresário. Sua vida política começou em 1993, quando foi eleito vereador por sua cidade natal, Maceió (AL). Desde então, conquistou democraticamente um mandato eletivo até chegar ao segundo mandato como presidente da Câmara de Deputados.

Retomando a questão do partido ser considerado de centro-direita, a matéria do site Infomoney explica que desde a cassação do ex-deputado Eduardo Cunha, Arthur Lira assumiu a liderança do centrão. Denominação esta, dada ao bloco informal criado na Câmara de Deputados desde a Constituição de 1988, que possui um perfil volúvel e flexível e que dá sustentação a vários governos, conforme os interesses dos deputados que compõem o bloco. Desde 2020, Arthur Lira começou a se aproximar

do governo Bolsonaro e, assim, garantiu apoio para a eleição à presidência da Casa Legislativa e para vencer o então concorrente, o deputado do MDB Baleia Rossi.

A aliança entre Arthur Lira e Jair Bolsonaro se consolidou e culminou com a aprovação de um mecanismo que “concede ao parlamentar responsável pela relatoria da LOA o direito de incluir emendas que devem ser priorizadas pelo Executivo durante a execução orçamentária” (Arthur [...], 2023). Essa regra foi denominada de orçamento secreto. Lira também apoiou Jair Bolsonaro à reeleição disputada em 2022. Reeleito para a Câmara Federal, Arthur Lira foi o primeiro líder político a reconhecer a vitória de Lula no segundo turno da eleição de 2022.

No seu segundo mandato como presidente da Câmara destacou-se por seu protagonismo; ele conseguiu articular para aprovar o projeto de reforma tributária brasileira, que acelera a votação de temas importantes para o país como matérias fiscais, eleitorais e da educação. Segundo o site Infomoney, Arthur Lira acatou o pedido do relator do PL 2.630/2020, deputado federal Orlando Silva (PCdoB-SP), de adiar a votação deste projeto. A publicação ressalta que a pressão das *big techs*, atrapalharam o debate sobre o tema, até culminar o arquivamento do projeto com a justificativa de que não seria aprovado (Arthur [...], 2023).

O Portal G1 publicou, em 23 de junho de 2024, um texto em que fala das principais marcas da gestão do então presidente da Câmara. Dentre as características destacadas pela matéria estão o uso de instrumentos regimentais e de manobras para garantir que projetos do interesse dele fossem aprovados ou tivessem a votação em plenário acelerada. Além de forçar a formação de grupos de trabalho para o desvio de foco das comissões permanentes, o site cita ainda: o uso frequente de votação realizada à distância (remota), a não previsibilidade da pauta do dia e o alargamento do prazo para discussão e aprovação das medidas provisórias (Clavery; Barbiéri, 2024).

Foram vários veículos de comunicação que fizeram de matérias jornalísticas onde traziam Arthur Lira como um crítico das *big techs*, tais como: Lira critica o “tratamento desonroso” de *big techs* com a Câmara, site Poder 360; Para Lira, ação das *big techs* barrou votação do PL das Fake News, Agência Brasil; 'Pressão foi horrível, desumana', diz Lira sobre ação das *big techs* na votação das Fake News, Jornal O Globo; Lira diz que *big techs* ultrapassaram todos os limites e impediram Câmara de legislar, Jornal Folha de São Paulo. Em todas aqui citadas, o deputado

fala como tais empresas se puseram como empecilho para a votação do PL 2.630/2020, ou trabalharam para impedir qualquer outra iniciativa que regulamentasse a internet no Brasil –, uma matéria do portal Intercept Brasil mostra que nem sempre foi assim. O texto da repórter Tatiana Dias mostra o *lobby* das principais plataformas provedoras de comunicação digital do mundo junto aos parlamentares brasileiros com a finalidade de impedir a tramitação do projeto de lei fundamental para a regulação da internet (Dias, 2023).

Segundo a matéria, a conquista dos parlamentares se deu por meio de homenagens e patrocínio de viagens para conhecer o Vale do Silício, na Califórnia (EUA). Apesar das demonstrações de apreço das plataformas de comunicação digital, o deputado federal manteve o posicionamento contra as *big techs* e rechaçou a atitude daquelas empresas em relação aos empecilhos impostos para a aprovação de leis que regulamentem a internet no Brasil (Dias, 2023). O trabalho das equipes das *big techs* prosseguiu e, além de barrar projetos, os ataques às leis brasileiras e o desrespeito à justiça brasileira continuou até culminar na suspensão do antigo Twitter (X), de ser utilizado no país. Como apresentamos mais adiante.

5.1.2 Twitter: da compra à suspensão

No primeiro capítulo deste trabalho falamos sobre a chegada no Brasil do Twitter, agora X Corp, e a aquisição da empresa pelo bilionário sul-africano Elon Musk. Porém, um acontecimento novo e bastante relevante foi agregado a esta história em 2024. Em 2022 a empresa possuía escritórios em 22 países, incluindo o Brasil; em 2024 a empresa sequer contava com um representante legal no país, mudança que fez parte de um grande movimento de Elon Musk.

Antes, o bilionário, que tinha se tornado cidadão americano em 2002, possuía posicionamento um discreto na política; em 2022 passou de apoiador do Joe Biden para uma voz barulhenta de apoio aos republicanos. No Brasil, uma das principais praças do X, o empresário fez questão de apoiar a reeleição de Jair Bolsonaro e, em todo o mundo, afrouxou a moderação da rede de comunicação digital X em nome da liberdade de expressão, como mostra a matéria da Folha de São Paulo publicada em 8 de setembro de 2024 sob o título: Musk alia interesses comerciais a inclinações políticas sob o manto da liberdade de expressão (Mello, 2024).

As atitudes controversas do empresário sul-africano não pararam por aí. Desde o negacionismo em relação ao coronavírus até a acusação de que o antigo Twitter era uma plataforma de esquerda, ele se rendeu à direita, onde foi bem recebido. Após adquirir o microblog e declarar-se de direita, reativou contas que tinham sido banidas da plataforma, como a do ex-presidente Donald Trump e de outros políticos acusados de proliferar notícias falsas.

O homem mais rico do mundo também manifestou apoio aos extremistas anti-imigração na Europa e propaga aos quatro cantos que se deve aumentar a população branca, cuja taxa de natalidade está em queda – sendo que ele mesmo tem seguido esta ideia: o bilionário tem 12 filhos. De acordo com a Folha de São Paulo, havia uma real preocupação acerca da influência de Elon Musk nas eleições americanas de 2024, pois o bilionário, só no X, possuía, na época, mais de 195 milhões de seguidores, e o comando para os engenheiros da rede social era para que ampliassem o máximo possível o alcance dos posts dele.

Mas desde 2021, a aproximação de Elon Musk com o Brasil se intensificou, o que rendeu um contrato de utilização dos satélites da Starlink e o interesse em comprar níquel e lítio, componentes minerais que fazem parte das baterias dos carros elétricos produzidos pela Tesla, outra empresa em que Elon Musk é o principal acionista.

Empunhando a bandeira da liberdade de expressão a qualquer custo, a matéria da Folha de São Paulo mostra como Elon Musk apoiou a tentativa de golpe em 8 de janeiro de 2023, e os embates entre o empresário e o ministro do STF Alexandre de Moraes se tornaram frequentes. No dia 17 de agosto de 2024, o escritório do X no Brasil foi fechado e todos os funcionários foram demitidos. De acordo com uma matéria publicada no G1 (Castelo, 2024), a então diretora executiva da empresa, Linda Yaccarino realizou uma reunião com os 35 funcionários onde comunicou o fechamento do escritório e a demissão de todos. Por não ter representantes legais no país, o ministro Alexandre de Moraes determinou, com base legal, a suspensão das atividades do X no Brasil. Segundo a Folha de São Paulo, Elon Musk disse que não iria respeitar as determinações do magistrado e o denominou ditador do Brasil.

O X foi suspenso no Brasil no dia 30 de agosto de 2024, a empresa Starlink do bilionário foi notificada a pagar as multas que já haviam sido aplicadas ao X e a empresa, para voltar a funcionar, deveria indicar um representante legal no país. A

decisão do ministro teve como base a Lei nº 12.965/2014, lei do Marco Civil da Internet, que, no art. 11 e parágrafo 2º, diz: “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” (Brasil, 2014).

A Starlink se comprometeu a assumir as pendências legais determinadas pelo judiciário brasileiro. Porém, foi a holding X Corp que pagou R\$ 28,6 milhões em multas e indicou a advogada Rachel de Oliveira Villa Nova Conceição como representante legal da empresa (João Filho, 2024b). Segundo matéria da CNN Brasil, a rede social X voltou a funcionar no dia 8 de outubro no Brasil. A rede ficou 39 dias suspensa depois de descumprir as decisões do STF e retornou com as mesmas características aos usuários (X começa... [...], 2024).

De acordo com uma matéria do jornal O Globo, apesar de o Brasil representar um número significativo de usuários da rede social X e até de “influência cultural”, pois se trata de uma rede social digital de grande participação popular e de políticos, com o bloqueio do ministro Alexandre de Moraes não houve tanta perda de receita, pois o mercado brasileiro significa uma pequena fatia das receitas totais da plataforma. De acordo com a reportagem, a receita anual do X, variava entre US\$80 bilhões e US\$100 bilhões até 2021, antes de a plataforma ser comprada por Elon Musk. Estes valores correspondiam a 2% do total de vendas da empresa. O baixo retorno em dinheiro pode ter influenciado na decisão do empresário de fechar o escritório no Brasil, conforme a matéria (Bloqueio [...], 2024).

Independente do fechamento desde a aquisição do Twitter (X) por Elon Musk, grandes anunciantes deixaram a plataforma, como a Apple e a Disney. Após 40 dias suspenso, o X voltou a funcionar e, ao contrário do que imaginava Elon Musk, o apoio internacional em prol da liberdade de expressão por ele propalada não veio.

Em uma carta aberta, divulgada no dia 17 de setembro, 50 intelectuais de vários países do mundo, incluindo América Latina, Europa e Oceania, pediram o apoio internacional para o Brasil em busca de sua soberania digital perante os ataques das *big techs* (Intelectuais [...], 2024). Diversos sites jornalísticos e de entidades que lutam em prol dos direitos digitais no país publicaram o documento que, originalmente, foi postado na plataforma francesa Framasoft.org (Coalizão Direitos na Rede, 2024). Em

um dos trechos traduzidos da carta e postada no site da Coalizão Direitos na Rede, os intelectuais descrevem o seguinte cenário:

[...] a plataforma X e outras empresas começaram a se organizar, junto com seus aliados dentro e fora do país, para minar iniciativas que visam a autonomia tecnológica do Brasil. Mais do que um aviso ao Brasil, suas ações enviam uma mensagem preocupante ao mundo: que países democráticos que buscam independência da dominação das Big Tech correm o risco de sofrerem interrupções em suas democracias, com algumas Big techs apoiando movimentos e partidos de extrema-direita. [...]. Todos aqueles que defendem os valores democráticos devem apoiar o Brasil em sua busca pela soberania digital. [...]. Quando seus interesses financeiros estão em jogo, elas trabalham alegremente com governos autoritários. O que precisamos é de espaço digital suficiente para que os estados possam direcionar as tecnologias colocando as pessoas e o planeta à frente dos lucros privados ou do controle unilateral do estado (Coalizão Direitos na Rede, 2024).

O site Intercept Brasil, na matéria do repórter João Filho (2024a), diz que o Brasil sobreviveu e se saiu fortalecido com a suspensão do X, que, ao contrário do que se esperava, não fez tanta falta. O mesmo não ocorreu com os investidores da rede social, que pressionaram Elon Musk para respeitar o judiciário brasileiro, pagar as multas e indicar um representante legal no país.

Apesar das diversas campanhas de conscientização e combate às *fake news* e à desinformação, realizadas desde 2021 tanto por alguns veículos de comunicação brasileira quanto por entidades não governamentais da sociedade civil e pelo STF, o ano de 2024, no Brasil, ficou marcado pela proliferação de um grande volume de conteúdo falso e desinformante (Supremo Tribunal Federal, 2021). Um exemplo robusto está ligado à tragédia das chuvas no Rio Grande do Sul, onde ocorreu o primeiro grande ápice das *fake news* no Brasil. Como mostra a página do *hotsite* Fato ou Fake, do portal de notícias G1, apenas na publicação do dia 6 de maio há 37 *links* de notícias desmentidas sobre as enchentes devastadoras que atingiram vários municípios daquele Estado (Veja [...], 2024).

Segundo a 21ª Pesquisa do Instituto DataSenado, publicada em agosto de 2024 (Brasil, 2024d), antes das eleições municipais nas mais de 6 mil cidades brasileiras, “72% das pessoas sondadas relataram ter acessado notícias que desconfiam ser falsas nos últimos seis meses”. Este dado revela que “67% da população com 16 anos ou mais já foi exposta a desinformação, evidenciando um problema significativo que precisa ser abordado” (Brasil, 2024d).

Em novembro de 2024 voltaram, à pauta no STF, as discussões sobre os recursos do Facebook – que questionava se o artigo 19 do Marco Civil é constitucional, e do Google – que questionava se o provedor de serviços se torna responsável ao armazenar ofensas proferidas por terceiros (usuários) (Redes [...], 2024). Os representantes legais de ambas as empresas questionavam se o Marco Civil por si só não dispõe, em seu artigo 19, de um dispositivo que determine a remoção de conteúdo ofensivo postado por usuários sem que haja necessidade de uma ordem judicial (Rocha, 2024).

O ministro José Antônio Dias Toffoli, um dos relatores do processo, manifestou ser a favor de responsabilizar as plataformas de comunicação digital pela publicação de conteúdo ofensivo por parte de seus usuários. Atuando como relator de um dos processos, o ministro Luiz Fux votou pela obrigação da remoção imediata do conteúdo ofensivo pelas plataformas assim que forem notificadas a fim de evitar a viralização e uma desinformação em cadeia.

O presidente do STF, ministro Luís Roberto Barroso, também defendeu que as plataformas devem ser responsabilizadas e alegou que o Marco Civil não tem abrangência suficiente para proteger os direitos fundamentais e garantir os valores fundamentais para a manutenção da democracia, como o da dignidade humana. O julgamento foi suspenso, mediante o pedido de vistas do ministro André Mendonça no fim do ano de 2024 e neste até o mês de abril de 2025, a votação desta pauta ainda não foi retomada.

A sequência dos acontecimentos ora relatados visa o entendimento acerca da emergência dos enunciados jurídico, econômico e jornalístico em relação às *big techs* e à tentativa de regulação pelo Estado brasileiro. Para analisar os tipos de polêmica e as modalidades argumentativas que se seguem nesses discursos, o contexto histórico recente oferece dados para justificar a emergência de enunciados pró e contra a regulação das redes, visto que os sujeitos discursivos estão envolvidos diretamente nesses acontecimentos.

5.2 OS TIPOS DE POLÊMICA

As categorias brevemente descritas, a partir de Dascal (1999), no segundo capítulo deste trabalho são mais detalhadas aqui para destacar melhor a tipologia

proposta. Segundo Dascal (1999), tanto na construção de uma teoria científica quanto nos debates sociais são comuns as discussões dos argumentos apresentados. Mesmo na antiguidade, quando da criação das teorias clássicas, seria um erro esquivar-se das discussões, sejam elas polêmicas ou não. Para Dascal (1999) a polêmica traz consigo o caráter dialógico, ou seja, a discussão, o debate, a cooperação, o tensionamento e até a ampliação do escopo de uma questão. O próprio autor argumenta que essas discussões não são perfeitas e, por vezes, o que sobressai são os pormenores e não o teor central da teoria em questão.

Apesar de o texto de Dascal (1999) focar na polêmica na ciência, isso não limita suas teorias nem sua aplicação na análise de textos de outras áreas do conhecimento. Aqui nós nos adaptamos a fim de usá-lo para avaliar a polêmica em textos cujos enunciados não são científicos. Por se tratar de um *corpus* inserido em um contexto polêmico, como explicado anteriormente, os enquadramentos da polêmica propostos por Dascal (1999) se mostram bastante eficientes como ferramentas de análise. “É por isso que as novas teorias, para se estabelecerem, devem vencer seus oponentes e convencer o público culto da sua vitória. Além disso, os cientistas têm que conseguir o reconhecimento público da prioridade das suas descobertas” (Dascal, 1999, p. 68).

Como uma maneira de evidenciar o teor polêmico e o impacto que pode vir a ter nas discussões, Dascal (1999) salienta que é imprescindível o estudo do discurso em geral e do diálogo em particular; ele se propõe a tipificar, de maneira geral, a polêmica. A primeira explicação do autor é a de que de nem toda interação polêmica é resultado de uma controvérsia, pode ser uma simples visão de mundo diferente ou até mesmo um gosto, como destaca o filósofo, diferente daquele que foi expressado na interação. E quando esse posicionamento diverso é feito sem nenhuma intenção de provocar uma mudança real ou de discutir de fato o que foi exposto a fim de provocar uma mudança, ele propõe que o termo disputa seja usado para denominar a forma de persuadir, mediante uma intervenção externa sem que seja necessária a aceitação dos disputantes ou não. Ou seja, regras e arbitragens é que dão a palavra final nessa situação.

De forma mais objetiva, Dascal (1999, p. 70) descreve a controvérsia como sendo o ponto de equilíbrio de uma diferença de opiniões onde os “adversários repartem pressupostos, métodos e objetivos que permitem resolver a oposição”.

A controvérsia encontra-se entre estes dois extremos. Ela não é decidível como a discussão, nem é indecidível (racionalmente) como a disputa. O motivo principal é que a controvérsia – ao contrário da disputa e da discussão – nunca é “localizada”. Ela pode iniciar-se a partir de um problema específico, mas atinge rapidamente outros níveis de questionamento e outros temas (Dascal, 1999, p. 70).

O autor define as três faces da polêmica de modo que cada conceito atinja estratégias diferentes, assim, na disputa o maior interesse é vencer qualquer que for o embate em questão; na controvérsia o principal objetivo é convencer mediante argumentos racionais e na discussão busca-se determinar a verdade (Dascal, 1999). Finalizamos essa caracterização com o Quadro 7, com base no proposto por Stefani e Niederauer (2021), mais detalhado do que o exposto no terceiro capítulo, onde são enfatizadas todas as características da polêmica descritas pelo filósofo português a fim de facilitar o enquadramento do *corpus*.

Quadro 7 - Tipos de polêmica

DISPUTA (dialética)	CONTROVÉRSIA (retórica)	DISCUSSÃO (analítica)
Diferença de atitude ou de gosto;	Não é decidível como a discussão, nem indecidível como a disputa;	Os métodos, pressupostos e objetivos são comuns;
Não há verdadeiro esforço de persuasão do adversário;	Inicia em um ponto, mas se estende rapidamente a outros;	–
A oposição de atitudes oblitera o fundo comum;	As opiniões diferem muito no que tange à interpretação, aos fundamentos, ao sentido e à força dos argumentos, métodos, objetivos etc.;	–
Se decide por intervenção externa (sorteio, tribunal);	Tendem a ser longas;	–
A decisão é imposta; não é necessária mudança na opinião inicial;	Nenhum argumento é decisivo, apenas inclina a “balança da razão” para um ou outro lado;	A decisão se dá pela apresentação de demonstrações ou provas;
Seu objetivo estratégico é vencer através de estratégias;	Seu objetivo estratégico é convencer através do argumento;	Seu objetivo estratégico é determinar a verdade através da prova;
O estratagema não respeita, necessariamente, as leis da lógica, e sua meta é reduzir o oponente ao silêncio;	O argumento tende a persuadir racionalmente;	A prova apoia-se na lógica e na evidência experimental;
Dirige-se à crença;	Dirige-se à crença;	Dirige-se à verdade;
–	Motivos razoáveis e aceitáveis;	Motivos evidentes e incontestáveis;

Fonte: Elaborado pela autora (2025) com base Stefani e Niederauer (2021).

Aqui Stefani e Niederauer (2021) trouxeram de forma didática aos estudiosos do autor, as características da polêmica tornando mais fácil a aplicação nos enunciados a serem analisados.

Com essa categorização a ideia era verificar o debate social em torno da regulação das plataformas de redes sociais digitais a partir da análise dos nove textos selecionados para o *corpus*. Consideramos que, de um ponto de vista ideal, o debate girava em torno da controvérsia, tipo no qual se valoriza a racionalidade e a apresentação de argumentos lógicos; ou da discussão, caso haja interesse pela busca da verdade provisória disponível, especialmente quando se busca estudos e dados científicos para a sustentação das proposições. A disputa indicaria que a disponibilidade para o diálogo é pequena, com posições inegociáveis.

5.2.1 A polêmica aplicada à AD

As caracterizações feitas por Dascal (1999) ajudaram a compreender e a emoldurar os nove textos que fazem parte do *corpus* em relação às suas tendências enquanto escritos polêmicos. Utilizamos apenas documentos textuais publicados na internet para que todos partissem do mesmo meio de divulgação.

A partir da análise do *corpus* identificamos os três tipos de caracterizações da polêmica em todos os enunciados dos nove textos correspondentes aos discursos jurídico, econômico e jornalístico. A principal característica identificada nos textos é a disputa, que aparece nos nove textos. Fundamentado em Dascal (1999), a disputa é um tipo de categoria da polêmica que se destaca por exposições pouco racionais e emotivas de argumentos; na maioria dos casos, a decisão do que seria um argumento vencedor não cabe a um dos participantes, mas sim a regras ou decisões externas à própria disputa. E mesmo destacando a disputa, como característica predominante, o autor explica que, na realidade, “toda a polêmica real comporta uma certa mistura dos três tipos ideais, sem que isso diminua a utilidade analítica destes” (Dascal, 1999, p. 71).

No Quadro 8 sintetizamos como cada texto se comporta em relação à tipologia de Dascal (1999), com indicativo de predominância. Em seguida, inserimos algumas amostras de *corpus* como forma de demonstrar a tendência polêmica. O *corpus* completo encontra-se nos Anexos, de A até I, ao final deste trabalho.

Quadro 8 - Características polêmicas presentes no *corpus*

Ordem	Data de publicação	Título	Tipo de polêmica	Tipo de discurso
1	03/09/24	Post da Starlink no X sobre o cumprimento da decisão do STF	Disputa	Econômico
2	24/02/22	PL 2.630/2020 deixou de ser sobre combater as <i>fake news</i>	Disputa	Econômico
3	27/05/23	Como o PL 2.630 pode piorar a sua internet	Disputa	Econômico
4	03/09/24	Ação entre amigos: Google e Facebook fizeram acordo secreto. Entenda o caso	Disputa	Jornalístico
5	08/09/24	Musk alia interesses comerciais a inclinações políticas sob o manto da liberdade de expressão	Disputa	Jornalístico
6	07/09/24	O X foi transformado em uma ferramenta do projeto político de Elon Musk	Disputa	Jornalístico
7	12/05/23	Inquérito 4933 Distrito Federal – Decisão do ministro Alexandre de Moraes	Disputa	Jurídico
8	02/05/23	Inquérito 4781 Distrito Federal – Decisão do ministro Alexandre de Moraes	Disputa	Jurídico
9	02/09/24	Voto da ministra Cármen Lúcia	Disputa	Jurídico

Fonte: Elaborado pela autora (2025).

No grupo econômico, aqui representado pelas empresas de comunicação e mensageria digital, temos um texto exclusivo do Google e uma carta aberta assinada pelo Facebook, Instagram, Mercado Livre, Twitter (hoje X) e também pelo Google, ambos publicados no blog oficial do Google. Por fim, o último documento analisado temos o pequeno comunicado da Starlink, no X, comunicando o cumprimento da ordem do STF de bloquear as atividades do X no Brasil enquanto não houvesse um representante legal no país. A Starlink também é uma empresa que faz parte do conglomerado de negócios do empresário sul-africano radicado nos Estados Unidos, Elon Musk. Os documentos foram publicados no período que vai de fevereiro de 2022 a agosto de 2024. Os dois textos do Google abordam principalmente o arquivado PL 2.630/2020, mais conhecido como PL das *Fake News*.

Dentro da caracterização proposta por Dascal (1999), podemos identificar, na carta aberta assinada pelas plataformas de internet os seguintes pontos – sendo estes

os que consideramos mais polêmicos com suas respectivas características. A carta aberta tem início com o seguinte trecho:

Ninguém quer que notícias falsas se espalhem nas redes. Como plataformas de tecnologia, investimos continuamente em recursos e ações concretas e transparentes para combater a desinformação e estamos comprometidas a debater com a sociedade como podemos enfrentar esse desafio juntos. (Anexo B, 2022).

Embora não haja um diálogo face a face, já no início do texto o desejo de provocar a empatia do leitor, sugerindo que a empresa não compactua com as *fake news*. Na segunda frase a empresa assegura que investe para combater a desinformação e convoca a sociedade para enfrentar o desafio. A controvérsia se dá porque o autor do texto não apresenta uma solução, mas diz que está em busca dela, chamando a sociedade para atuar junto com as empresas que assinam a carta.

Ao se esquivar da responsabilidade de zelar pelo combate à desinformação e de compartilhar a responsabilidade, sugere que a questão não é simples de ser resolvida. Essa estratégia, de dividir a responsabilidade, de certa forma posterga a iniciativa de modificar os algoritmos e isenta a empresa de ter que mexer suas estruturas.

Nos trechos a seguir podemos notar também características da disputa e da controvérsia, uma vez que a empresa usa argumentos para mostrar uma preocupação que, embora seja de natureza mercadológica, está travestida como defesa de um direito de todos os cidadãos: a liberdade de expressão. O uso de palavras e expressões, as quais estão destacadas em negrito, no enunciado a seguir, tentam convencer que o PL 2.630/2020, não iria beneficiar a população, levantando suspeitas negativas quanto à sua intenção. Segundo Dascal (1999), o enunciado controverso tenta convencer através do argumento com uma tentativa de persuadir racionalmente, porém, a disputa se torna presente porque, embora foque em argumentos, estes mascaram a real tentativa destas empresas: manterem-se fora de qualquer regulação que o Brasil tente criar para conter as *fake news*, a desinformação e todos os problemas criados por elas. Por mais que as *big techs* apelem para argumentos que evoquem uma discussão aprofundada do assunto, em nenhum momento elas se propuseram, na carta analisada, abrir canais em suas plataformas para a discussão do tema. Elas se valem de palavras e expressões para chamar a atenção dos leitores de forma emocional e pouco razoável.

A carta também revela uma divergência de posicionamentos que evidencia a dinâmica conflituosa do debate, marcada pela desvalorização do jornalismo profissional e das empresas jornalísticas. No mesmo parágrafo em que exaltam as parcerias com essas organizações — as quais, segundo os signatários, seriam prejudicadas pela aprovação do projeto de lei —, os autores da carta argumentam que o referido projeto favorece desproporcionalmente os grandes conglomerados de mídia, em detrimento do jornalismo local e independente. Fato que torna inteligível a real intenção do documento em dizer a quem o projeto de lei iria favorecer ou desfavorecer. No primeiro capítulo deste trabalho trouxemos o conceito de jornalismo independente, o qual difere da noção trazida no texto analisado.

É por isso que apoiamos fortemente os objetivos do Projeto de Lei 2630/2020, mais conhecido por PL das *Fake news*. Entretanto, estamos muito **preocupados** com as **consequências indesejadas** para o país caso o texto atual seja aprovado sem uma **discussão aprofundada** (Anexo C, 2023, grifos nossos).

O projeto de Lei 2630/2020 **trata pouco do combate à desinformação**. Na verdade, o texto, que ficou conhecido como PL das *Fake news*, passou a representar uma potencial **ameaça** para a Internet **livre, democrática e aberta** que conhecemos hoje e que transforma a vida dos brasileiros todos os dias (Facebook *et al.*, 2022, grifos nossos).

Se transformado em lei, o texto que está para ser votado na **Câmara dos Deputados irá restringir o acesso das pessoas a fontes diversas e plurais de informação; desestimular as plataformas a tomar medidas para manter um ambiente saudável online; e causar um impacto negativo em milhões de pequenos e médios negócios** que buscam se conectar com seus consumidores por meio de **anúncios e serviços digitais** (Facebook *et al.*, 2022, grifos nossos).

O PL também não reconhece esforços de parcerias que as plataformas estabeleceram ao longo dos anos com veículos de imprensa no Brasil. Isso pode acabar favorecendo apenas os grandes e tradicionais veículos de mídia, prejudicando o jornalismo local e independente, e limitando o acesso das pessoas a fontes diversificadas de informação (Facebook *et al.*, 2022, grifos nossos).

Como temos feito desde que o PL foi apresentado em 2020, **continuaremos trabalhando próximos dos parlamentares brasileiros em prol de uma proposta que beneficie a economia brasileira, a internet livre e aberta** e, acima de tudo, todos que usam os meios digitais para empreender, se expressar, se informar e consumir (Facebook *et al.*, 2022, grifos nossos).

No texto do departamento de políticas públicas do Google também podemos observar características de disputa, quando o enunciador, além de apelar para as

emoções, esquiva-se do comprometimento de solucionar o problema e ainda visa deixar a parte mais fraca, que no caso é a população brasileira, sem as soluções que a *big tech* oferece de forma gratuita. O Google tenta mostrar que a empresa é essencial para os brasileiros; que a Câmara de Deputados agiu de forma equivocada, pois não chamou a população para a discussão; que medidas semelhantes, de regular a internet, não deram certo em outros países; e que as consequências dessa regulação seriam nefastas para os usuários do Brasil.

Ou seja, a empresa se vale do uso de estratégias para iludir o consumidor final de seus produtos e serviços, induzindo-o a crer que a culpa e a decisão de seguir em frente é dos parlamentares brasileiros. Vemos, ainda, como disputa os trechos que destacam características como: valorização de crenças pessoais, silenciamento do oponente, intervenção externa e o não esforço de persuadir o adversário; vale ressaltar que são todas as características propostas por Dascal (1999).

Nesta terça-feira, a Câmara dos Deputados aprovou o pedido de urgência do projeto de lei e, por isso, é fundamental que todos entendam o impacto que essa proposta terá no seu dia-a-dia. Além de **estarem desacordo com a forma como outros países estão lidando com essas questões**, temos sérias **preocupações** de que o **PL 2.630 mude a internet que você conhece para pior e limite a inovação, a liberdade de expressão e a geração de oportunidades econômicas para todos os brasileiros** (Anexo C, 2023, grifos nossos).

O PL 2.630 vai acabar **favorecendo quem produz desinformação ao limitar a aplicação pelas plataformas de suas políticas e termos de uso**, inclusive para determinadas **contas de interesse público**, e ao **“blindar” a remoção de conteúdo produzido por “qualquer empresa constituída no Brasil para fins jornalísticos”** (Google, 2023, grifos nossos).

A outra forma é **obrigando que todas as licenças de direitos autorais sejam pagas**. Nesse sentido, **as plataformas não poderiam mais oferecer serviços gratuitos** de hospedagem ou compartilhamento de conteúdo sem pagar aos criadores que desejam usar seus produtos. Isso significa que **poderá deixar de ser viável financeiramente para as plataformas oferecerem serviços gratuitos** (Google, 2023, grifos nossos).

Dá amplos poderes a um órgão governamental para decidir o que os brasileiros podem ver na internet (Google, 2023, grifos nossos).

A proposta atual traz várias disposições que determinam um **“dever de cuidado” a ser executado preventivamente pelas plataformas, principalmente, no que se refere aos conteúdos considerados ilegais pela proposta**. Se o texto avançar assim, **empresas de tecnologia terão que filtrar e moderar conteúdos considerando uma análise legal e**

assumindo uma função exercida tradicionalmente pelo Poder Judiciário (Google, 2023, grifos nossos).

A incerteza do que pode ou não ser disponibilizado na internet levaria as empresas a **restringir a quantidade de informações disponíveis, reduzindo a representatividade de vozes** que existem nas plataformas. Isso **violaria diretamente o princípio do acesso livre à informação**, o que seria um grande **retrocesso na guerra contra conteúdos enganosos** (Google, 2023, grifos nossos).

O PL 2.630 pode afetar esse impacto positivo dos anúncios digitais. Caso o texto atual seja aprovado, **as empresas brasileiras vão precisar lidar com uma série de novas exigências para utilizar a publicidade digital como parte de sua estratégia de negócios**. Por exemplo, foram incluídas apressadamente no texto do projeto normas **para regular toda a cadeia de tecnologia de anúncios digitais**. Isso pode trazer confusão sobre qual é a responsabilidade de cada ator desse ecossistema e **incentivar um aumento desnecessário no custo da publicidade online** (Google, 2023, grifos nossos).

A disputa leva muito a sério opiniões pessoais e crenças, em detrimento do racional. No caso dos trechos acima podemos observar que é um tanto quanto repetitivo em relação aos argumentos do texto anterior (Anexo B), porém, os dados foram distribuídos de forma mais persuasiva, separadamente, de modo a mirar exatamente onde é mais precioso para os usuários dos serviços e produtos das *big techs*: a liberdade de expressão e os custos. Tanto que, uma análise despreziosa levaria a acreditar que o Google não tem interesses financeiros envolvidos, que seriam extremamente prejudicados com a regulação da internet no Brasil e que a maior preocupação da empresa americana, que tem atuação global, seria somente os prejuízos financeiros e comunicacionais dos brasileiros.

Apesar de o texto estar bastante embasado, com números e dados, a principal estratégia da *holding* é apelar para o sentimento de prejuízo que seria causado à população caso o PL 2.630/2020 fosse aprovado, ressaltando que a interferência da Câmara de Deputados era negativa.

Dascal (1999, p. 75), ao comentar de um exemplo demonstrado em seu texto, conclui o seguinte: “A contribuição de cada participante parece estar completamente determinada, de antemão, pela atitude que leva consigo ao debate e que conserva até o fim, o que não deixa lugar para convencimento racional”. Com base na teoria deste autor, consideramos que a disputa é a característica predominante no texto do Google. O que não exclui a presença de características controversas, como jogar a decisão da demanda para um terceiro, que no caso, aparece na forma de um pedido

de maior discussão do PL 2.630 por parte da Câmara de Deputados, sendo o pedido extensivo à população. O texto pretende convencer através de argumentos, mas não o faz; a empresa sabe que a decisão não está nas mãos dela e, por isso, em vez de usar argumentos, apela aos brasileiros que encampem o movimento com *hashtag* “#MaisDebatePL2630” (Google, 2023, p. 2).

Já no texto da Starlink observamos que este, ao mesmo tempo que evoca meios legais para agir contra o ministro Alexandre de Moraes, acusa-o de violar a Constituição brasileira. O curto texto da empresa de Elon Musk foi analisado como se tratando de uma disputa por conter características como: mínimo esforço de persuasão do oponente, decisão por intervenção externa e por imposição, uso do sentimento de injustiça e de prejuízo para emocionar e, assim, atingir o objetivo.

Após a **ordem da semana passada do @Alexandre**, que está congelando as finanças da Starlink e impede que a Starlink realize transações financeiras no Brasil, iniciamos imediatamente um processo legal na Suprema Corte brasileira, **explicando a ilegalidade brutal dessa ordem** e pedindo que a corte que descongele os nossos ativos. Independentemente do tratamento ilegal dado a Starlink no congelamento de nossos ativos, **estamos cumprindo a ordem de bloquear o acesso ao X no Brasil**. Nós continuamos a buscar as **vias legais**, **assim como os outros que concordam que as recentes ordens do @Alexandre violam** a Constituição Brasileira (Anexo A, 2024, tradução nossa, grifos nossos)³.

Ainda considerando as características da disputa, elencamos alguns trechos nos textos que representam o discurso jurídico, nos quais há pontos que demarcam a disputa, como: a decisão por intervenção baseada na Constituição Brasileira; a imposição de decisão tendo em vista a mais alta corte do Brasil, com base em ações do Google, Telegram, Meta que realizaram campanha contra o PL 2.630/2020, resguardando interesses econômicos próprios e usando de estratégias para incutir na população brasileira que a regulação da internet no país é prejudicial para ela própria. Outra característica da disputa é a exposição de argumentos e provas por parte do judiciário a fim de levar a um julgamento as *big techs* por campanha abusiva contra o projeto de lei. Também não há busca de um consenso, mas sim para

3 Following last week's order from @alexandre that's froze Starlink's finances and prevents Starlink from conducting financial transactions in Brazil, we immediately initiated legal proceedings in Brazilian Supreme Court explaining the gross illegality of this order in the asking the Court to unfreeze the our assets. Regardless of the ilegal treatment of Starlink in freezing of our assets, we are complying with the order to block access to X in Brazil. We continue to pursue all legal avenues, as are others who agree that @Alexandre's recent orders violate the Brazilian constitution (Anexo A, 2024).

penalizar as empresas que buscavam impedir a tramitação de um projeto de lei por meio de ações difamatórias, da indução de impulsionamento da campanha de descredibilização do PL 2.630/20 e do favorecimento da autopromoção em detrimento da população brasileira. Os enunciados jurídicos também têm pontos de discussão, como determinar a verdade através da prova, expondo motivos evidentes e incontestáveis. A partir deste ponto, sob a luz da categoria disputa, vamos analisar os textos jurídicos.

A Câmara dos Deputados, representada formalmente por seu Presidente Arthur Lira, encaminhou à Procuradoria-Geral da República notícia-crime, na qual consta que a Google Brasil e a Telegram Brasil têm realizado contundente e abusiva ação contra a aprovação do Projeto de Lei n. 2.630/2020. Esclarece que **os representados visam a resguardar seus interesses econômicos e “têm lançado mão de toda sorte de artifícios em uma sórdida campanha de desinformação, manipulação e intimidação, aproveitando-se de sua posição hegemônica no mercado”** (Anexo G, 2023, grifos nossos).

O intento dos representados é, aproveitando-se de suas posições privilegiadas, **incutir nos consumidores de seus conteúdos a falsa ideia de que o projeto de lei em apreço é prejudicial ao Brasil e está em descompasso com os valores insculpidos na Constituição de 1988**, quando, na realidade, as **preocupações que orientam o agir dos representados é de ordem meramente econômica** (Anexo G, 2023, grifos nossos).

Concluiu, por fim, que as condutas noticiadas ameaçam a Democracia e o Estado Democrático de Direito e podem configurar a prática dos crimes previstos nos arts. 359-L do Código Penal (crime contra as Instituições Democráticas); 67 e 68 da Lei n. 8.078/1990 (crimes contra a Ordem Consumerista); 4º, I, e 7º, VII, da Lei n. 8.137/1990 (crimes contra a Economia e as Relações de Consumo), dentre outros a serem analisados pelo órgão ministerial (Anexo G, 2023, grifos nossos).

O cenário fático narrado **aponta para a existência de elementos de informações mínimos da prática de conduta delituosa que fundamentam a possibilidade de instauração de procedimento de investigação sob a supervisão do Supremo Tribunal Federal**, a exemplo do que ocorre em caso similar sob apuração desta Corte no Inquérito n. 4.874 (Anexo G, 2023, grifos nossos).

GOOGLE E META apontem e expliquem, em 48 (quarenta e oito) horas os métodos e algoritmos de impulsionamento e induzimento à busca sobre “PL da Censura”, bem como os critérios de: 2.1) **Impulsionamento do site próprio chamando de “PL da Censura” em desacordo com suas próprias regras de autorregulação;** 2.2) **Ter anunciado sem rótulo META ADS na Meta, contra o PL 2.630;** 2.3) **Indicação de fontes hiper partidárias na primeira página de busca, como referido no estudo da UERJ (“Em meio às recomendações de fontes da mídia de legado e sites oficiais, o Google também tem redirecionado usuários para sites nocivos e hiper**

partidários na primeira página dos resultados de busca”) (Anexo H, 2023, grifos nossos).

A necessidade de imediata regulação da responsabilidade civil e administrativa dos provedores de redes sociais e de serviços de mensageria privada; bem como de eventual responsabilidade penal dos responsáveis por sua administração deve, obviamente, respeitar a ampla discussão política no Congresso Nacional, sendo lícita a atuação dos diversos grupos de pressão, entre eles as citadas plataformas nos estudos da UFRJ (Anexo H, 2023, grifos nossos).

Determino, por fim, que a Polícia Federal, no prazo de cinco dias, realize os depoimentos dos presidentes ou equivalentes das empresas Google, Meta, Spotify e Brasil, para que esclareçam – entre outras questões que a autoridade policial entender necessárias – as razões de terem autorizado a utilização dos mecanismos narrados na presente decisão que podem, em tese, **constituir abuso de poder econômico, bem como, eventualmente, caracterizar ilícita contribuição com a desinformação praticada pelas milícias digitais nas redes sociais** (Anexo H, 2023, grifos nossos).

Democracia exige responsabilidade e comprometimento jurídico, social, político e econômico de todas as pessoas naturais e jurídicas, nacionais e não nacionais. **E a responsabilidade há de se dar nos termos do Direito posto no constitucionalismo vigente no país. O Brasil não é xepa de ideologias sem ideias de Justiça, onde possam prosperar interesses particulares embrulhados no papel crepom de telas brilhosas sem compromisso com o Direito.** [...]. Não é com bravatas que se constrói o Estado Democrático de Direito, senão com leis que se respeitem para a libertação das pessoas e das nações (Anexo I, 2024, grifos nossos).

A função deste Supremo Tribunal é **resguardar as liberdades e impedir condutas censórias**. Não se está, nesta decisão, estabelecendo presunção de ilegitimidade da conduta de quem quer que seja no uso de ferramenta tecnológica, desde que por qualquer conduta nesse sentido não se busque fraudar, contornar ou atingir a finalidade ilegítima de **acessar empresa suspensa de atuar ou permitir serviços por ela oferecidas sem acatamento às leis do país** (Anexo I, 2024, grifos nossos).

Em relação às matérias jornalísticas, devido ao seu autodiscurso legitimador, espera-se que tenham um caráter mais mediador e polifônico, a fim de trazer vários pontos de vista e argumentos para o debate social, de forma a municiar os leitores com argumentos que lhes permitam tomar suas próprias decisões. Todavia, nos trechos que selecionamos a seguir há uma inclinação para construir uma imagem mais negativa das *big techs*. De certa forma os autores dos textos analisados se posicionam do lado do discurso jurídico, elegendo um dos lados da disputa discursiva.

A divulgação do acordo entre as duas gigantes da tecnologia renovou as preocupações sobre como as maiores empresas do **setor se unem para eliminar a concorrência**. Os acordos costumam definir vencedores e

perdedores em vários mercados de serviços e produtos de tecnologia. Eles são detalhados em particular, com os termos cruciais do **negócio ocultos** por meio de cláusulas de confidencialidade (use o anexo para identificar, como fiz nos anteriores, 2021, grifos nossos).

Em abril, após Moraes ameaçar tirar o X do ar se Musk não cumprisse ordens de remoção de contas e posts, **o bilionário** chamou o juiz de "ditador do Brasil" e disse que **descumpriria decisões judiciais brasileiras** (Folha de São Paulo, 2024, grifos nossos).

O Twitter foi suspenso do Brasil porque **se recusa a bloquear perfis de investigados** que **conspiravam contra instituições democráticas** e por descumprir sistematicamente decisões judiciais. Musk se recusa a pagar as multas – que hoje somam mais de R\$ 18 milhões e a apresentar um representante legal da empresa no país (Intercept Brasil, 2024, grifos nossos).

Já em relação a outros enunciados produzidos pelo discurso jornalístico, temos uma retomada da disputa, em posicionamento contrário às *big techs*:

Musk tem 196,5 milhões de seguidores no antigo Twitter. O fato de ele **fazer campanha abertamente a favor de Trump e contra Kamala Harris** tem gerado discussões sobre o potencial do **bilionário influenciar na eleição americana**, ao **desequilibrar a disputa**. Como dono da rede social, ele já determinou a engenheiros que ampliassem os alcances de seus posts e os promovessem (Anexo E, 2024, grifos nossos).

Claro que há exceções. A depender dos seus interesses políticos e/ou financeiros, **ele pode ser dócil a um ditador ou parceiro de um governante alinhado à extrema direita**. O Twitter foi transformado em uma ferramenta desse projeto político de Musk. [...]. Musk tentou fazer suas próprias leis e **conspirar contra o estado brasileiro**, mas está sendo devidamente enquadrado pelo judiciário (Intercept Brasil, 2024, grifos nossos).

Apesar de uma tentativa de não universalizar a atitude dos empresários, os jornalistas em questão se colocam claramente contra Elon Musk, evidenciando sua vocação extremista do ponto de vista político.

O último tipo de polêmica tratado por Dascal (1999) é a discussão, marcada por apresentar “a raiz do problema que é, frequentemente, um erro relativo a algum conceito; sua solução, portanto, estaria na correção desse erro” (Stefani; Niederauer, 2021, p. 155). Para Dascal (1999, p. 70) a “discussão tem o papel de determinar a verdade”. Vejamos a amostra a seguir:

Os **anúncios digitais** também são um **multiplicador da atividade econômica**. De acordo com nosso **Relatório de Impacto Econômico** mais recente, a Busca do Google, o Google Play, o YouTube e as plataformas de

anúncios do Google **tiveram um impacto econômico de R\$104,5 bilhões no Brasil em 2021**. Parte desse impacto vêm das **conexões diretas** que nossos produtos ajudam a gerar entre **empresas e consumidores** (Google, 2023, grifos nossos).

Nesse trecho, o discurso econômico apresenta um dado científico na tentativa de estabelecer uma verdade em relação ao crescimento econômico promovido pela atuação das empresas no mercado. A cifra de bilhões sugere que as empresas de tecnologia colaboram com a riqueza da sociedade, na tentativa de imprimir, na discussão, números inquestionáveis produzidos por um relatório, embora o relatório tenha sido produzido por eles mesmos. Dos três textos que representam o *corpus* das *big techs*, apenas esse relatório enseja alguma discussão. No momento em foram redigidos as plataformas de comunicação digital presentes no Brasil travavam uma batalha e faziam uma campanha para boicotar e atrasar a tramitação do PL 2.630/2020 na Câmara de Deputados, apresentando dados que fossem positivos às suas atuações.

Os outros dois textos não trazem dados que possam sedimentar as polêmicas que levantaram. E, no caso do *post* da Starlink, este tratava apenas de acusação ao ministro Alexandre de Moraes e da informação do cumprimento da suspensão do X no Brasil.

Em reação a essa campanha contra o PL 2.630/20 e para punir quem continuasse trata de uma das decisões do ministro do STF, representando o discurso jurídico. Aqui, um dado científico também é utilizado para minimizar dúvidas em relação à atuação das plataformas que só visam o lucro e agem estrategicamente para que não haja regulação no Brasil. O discurso jurídico instiga as empresas a apresentar dados confiáveis em relação à sua disposição no combate à desinformação.

Destaca que foi realizado um estudo pelo Laboratório de Estudos, de Internet e Mídia Sociais da Universidade Federal do Rio de Janeiro, por meio do qual concluíram que as “plataformas estão usando todos os recursos possíveis para impedir a aprovação do PL 2.630 porque o que está em jogo são os bilhões arrecadados com publicidade digital que atualmente não possuem nenhuma regra, restrição ou obrigação de transparência, deixando anunciantes e consumidores vulneráveis aos seus interesses econômicos (Anexo G, 2023).

GOOGLE, META, SPOTIFY e BRASIL PARALELO informem quais as providências reais e concretas – enviando protocolos e documentos que comprovem as alegações – que realizam para prevenir, mitigar e retirar

práticas ilícitas no âmbito de seus serviços e no combate à desinformação de conteúdos gerados por terceiros, principalmente aqueles direcionados por algoritmos, impulsionados e que gerem publicidade cuja distribuição tenha sido realizada mediante pagamento ao provedor de redes sociais ou por contas inautênticas e redes de distribuição artificial (Anexo H, 2023).

Comprovado o repetido desacato às ordens judiciais do Supremo Tribunal e o esgotamento das providências legais para que se superasse o estado de descumprimento agressivo e belicoso da legislação brasileira havido no comportamento empresarial em território brasileiro, há de se ter por fundamentado juridicamente o decidido pela Relatoria (Anexo I, 2024).

Por fim, esse discurso jurídico também se autopromove e se auto resguarda como consistente e verdadeiro, ao detalhar minimamente o rito do processo, mencionando um trabalho anterior da relatoria antes da decisão judicial final.

No grupo das matérias publicadas na imprensa brasileira a discussão se apresenta em forma de dados internacionais para estabelecer uma visão mais próxima da realidade, mas também no sentido de adensar a perspectiva negativa da atuação das plataformas.

O Google e o Facebook foram **responsáveis por mais da metade de todos os gastos com publicidade digital em 2019**. Além de exibir anúncios em suas próprias plataformas, como no mecanismo de pesquisa do Google e na página inicial do Facebook, sites desenvolvedores de aplicativos e editores **contam com as empresas para garantir a publicidade para suas páginas** (Agência O Globo, 2021, grifos nossos).

De acordo com um **levantamento do jornal Wall Street Journal**, as **postagens de Musk sobre política aumentaram 230 vezes em 2024 em comparação com 2019**. Antes, ele publicava principalmente informações sobre suas empresas, piadas e memes (Folha de São Paulo, 2024, grifos nossos).

Estados de diferentes países estão se levantando contra o vale tudo dos bilionários donos de rede social. Pavel Durov, dono do Telegram, foi preso pela justiça francesa por ser **cúmplice de crimes cometidos por meio da sua plataforma** como tráfico de drogas, lavagem de dinheiro e pornografia infantil. Tudo isso porque, **em nome da liberdade de expressão absoluta, Durov se recusa a implantar qualquer tipo de moderação** no aplicativo e a compartilhar documentos exigidos pelas autoridades (Intercept Brasil, 2024, grifos nossos).

Nesse último trecho é interessante destacar que o jornalismo é um dos principais defensores da liberdade de expressão, mas reconhece que ela não deve ser absoluta, estando de acordo, portanto, com alguma forma de regulação.

Concluimos que, a partir desta análise sobre o tipo de polêmica em questão, que à medida que novos eventos relacionados à regulação das plataformas de redes sociais digitais emergem, a disputa discursiva se intensifica, com destaque para a prevalência dos argumentos de natureza econômica. A disputa discursiva esteve presente na maior parte do debate público protagonizado nos textos analisados e a discussão foi estabelecida com a apresentação de dados frutos de pesquisas e de outras consultas no sentido de referendar os posicionamentos contrários e/ou a favor da regulação.

5.3 TIPOS DE ARGUMENTAÇÃO

Detalhadamente explicadas no segundo capítulo, vamos nos ocupar aqui em identificar, nos textos que compõem o *corpus*, os cinco tipos de argumentação propostos Koch e Elias (2016). São eles: de autoridade, histórico, de exemplificação, de comparação e por raciocínio lógico.

De acordo com Koch (1993), na argumentação por autoridade a credibilidade de uma pessoa ou grupo é usada como base para defender uma ideia. Isso significa que, em vez de apresentar evidências ou raciocínios lógicos, a tese é sustentada pela influência ou conhecimento atribuído àquela autoridade. Podemos verificar o argumento de autoridade nos seguintes trechos dos textos do *corpus*.

Destaca que foi realizado um **estudo pelo Laboratório de Estudos, de Internet e Mídia Sociais da Universidade Federal do Rio de Janeiro**, por meio do qual concluíram que as “plataformas estão usando todos os recursos possíveis para impedir a aprovação do PL 2.630 porque o que está em jogo são os bilhões arrecadados com publicidade digital que atualmente não possuem nenhuma regra, restrição ou obrigação de transparência, deixando anunciantes e consumidores vulneráveis aos seus interesses econômicos” (Anexo G, 2023).

No trecho acima o ministro Alexandre de Moraes utiliza um fragmento do resultado do estudo realizado pela UFRJ para compor a sua decisão no inquérito a fim de comprovar que as plataformas de comunicação digital, lideradas pelo Google Brasil, fizeram uma robusta campanha nas mídias digitais para impedir a tramitação do PL 2.630/2020 no Congresso Nacional. Por ser ele um ministro do STF, sua decisão precisa ser sedimentada por fatos e dados comprovados e de procedência certificada para que não haja erro e nem questionamento. Só o fato de o ministro ser

uma autoridade já lhe concederia um alto valor argumentativo, porém, para que sejam convincentes suas teses, foram acrescentados dados e informações de uma instituição de cunho científico.

Como exemplo de argumento histórico utilizamos o trecho abaixo da matéria do jornal Folha de São Paulo, que faz parte do *corpus*, para mostrar a mudança de posicionamento político do empresário Elon Musk, que em um passado recente aderiu à extrema direita, mudando de atitudes a ponto de se tornar um negacionista em relação à pandemia de Covid-19. Ele que antes chegou a votar no ex-presidente dos Estados Unidos, o democrata Joe Biden, e depois passou a apoiar os seguidores de Trump, contestou a autoridade policial, comprou o antigo Twitter e iniciou sua campanha internacional de desafio aos governos nacionais. A matéria também traz pequenos fragmentos da biografia do bilionário sul-africano a fim de incrementar o histórico do empresário.

A conversão de Musk de gênio excêntrico em megafone da extrema direita global se deu a **partir da pandemia de Covid-19, em 2020**. "O pânico com o coronavírus é idiota", disse Musk em um tuíte. Naquela época, como conta seu biógrafo Walter Isaacson em "Musk", o bilionário se insurgiu contra as ordens de fechar sua fábrica da Tesla na Califórnia e desafiou o delegado local a prendê-lo. **Ao longo de 2021**, o bilionário fez várias postagens em redes sociais criticando Joe Biden e o governo por supostas injustiças contra suas empresas (Folha de São Paulo, 2024).

Na argumentação de exemplificação a estratégia mais eficaz é a de utilizar narrativas cotidianas, ou seja, relatos de situações comuns que demonstram a existência e a relevância de um problema de forma a fundamentar um ponto de vista. Esse tipo de argumento é bastante usado em matérias jornalísticas para chamar a atenção do leitor, para justificar uma ação de uma autoridade ou até para comprovar a ocorrência de uma ação criminosa. Utilizamos um trecho da matéria do portal noticioso Intercept Brasil para apresentar este tipo de argumento e mostrar como a ascensão da direita em várias partes do mundo tem contribuído para a proliferação das *fake news* e da desinformação.

No mês passado, a Inglaterra viveu dias de terror com uma onda de ataques promovidos por grupos fascistas em diversas cidades. **Depois que três crianças foram esfaqueadas e mortas, espalhou-se nas redes sociais uma informação falsa: o autor do crime seria um imigrante islâmico**. Foi o suficiente para que militantes da extrema direita saíssem às ruas para atacar violentamente imigrantes, incendiar carros, destruir mesquitas e confrontar policiais. Os ataques foram combinados principalmente pelo

Telegram de Pavel Durov e pelo X de Elon Musk – dois espaços em que os fascistas podem desfrutar da tal liberdade expressão absoluta (Intercept Brasil, 2024).

O argumento da comparação, também apresentado por Koch e Elias (2016), é uma forma eficaz de construir um ponto de vista por meio da comparação de ideias. Ao examinar diferentes noções podemos identificar pontos de convergência ou divergência, o que enriquece a análise e fortalece a argumentação. Este tipo de argumentação pode ser visto em vários tipos de texto. Neste trabalho encontramos o argumento comparativo em um trecho do texto publicado no blog oficial do Google Brasil intitulado “Como o PL 2.630 pode piorar a sua internet”, que faz parte do *corpus* analisado neste trabalho.

O PL 2.630 também diz que apenas empresas com representação local podem anunciar em plataformas digitais no Brasil, impedindo que muitas companhias estrangeiras promovam seus produtos e serviços para brasileiros. Você consegue imaginar não poder ver um anúncio de passagem em um site de viagens estrangeiro ou um produto legal em site de varejo internacional por causa dessa restrição? **Ou fazer uma pesquisa por um produto no Google** e não ter acesso a um anúncio de que o item está em promoção em um e-commerce fora do país? Em tempos de comércio globalizado, acreditamos que esse tipo de regra vai contra os princípios da **livre concorrência**, isola o Brasil no mercado internacional e **limita as escolhas do consumidor** brasileiro (Google, 2023, grifos nossos).

No trecho a empresa tem o objetivo de mostrar como o PL 2.630/2020 pode deixar o dia a dia do brasileiro, já acostumado a fazer pesquisas e comparações de preço na internet, mais complicado e difícil se o projeto de lei fosse aprovado.

Para finalizar os tipos de argumentação que nos dispomos a usar para analisar o *corpus* apresentamos a argumentação por raciocínio lógico. Trata-se de um tipo de argumentação baseado em causa e efeito, consiste em estabelecer uma conexão lógica entre diferentes ideias, mostrando como uma é consequência da outra. Essa estratégia permite construir um raciocínio coerente que pode levar a diferentes interpretações, algumas que corroboram a tese defendida e outras que a contradizem. Nem sempre este tipo de argumentação resulta da perfeita aplicação da regra causa e efeito, mas com ele procura-se mostrar as causas e consequências de determinadas atitudes.

Para exemplificar este tipo de argumentação utilizamos o trecho da carta aberta das plataformas de comunicação digital Google, Meta, X e do ecossistema de comércio digital brasileiro, Mercado livre, publicada no blog oficial do Google Brasil,

que busca mostrar os efeitos causados pelo PL 2.630/2020 caso ele fosse transformado em lei.

Se transformado em lei, o texto que está para ser votado na Câmara dos Deputados **irá restringir o acesso das pessoas a fontes diversas e plurais de informação**; desestimular as plataformas a tomar medidas para manter um ambiente saudável online; e **causar um impacto negativo em milhões de pequenos e médios negócios** que buscam se conectar com seus consumidores por meio de anúncios e serviços digitais (Facebook *et al.*, 2022, grifos nossos).

Em termos de predominância do tipo de argumentação, temos a síntese no Quadro 9 considerando não apenas essas amostras, mas todo o *corpus*.

Quadro 9 - Tipos de argumentação

Discurso	Autoridade	Histórico	Exemplificação	Comparação	Raciocínio lógico
Jurídico	15	12	12	7	8
Econômico	6	3	7	8	6
Jornalístico	17	21	21	17	11

Fonte: Elaborado pela autora (2025).

À primeira vista a discrepância entre a quantidade de argumentos presentes nos textos que compõem o *corpus* econômico e os demais tipos de discurso merece explicação. Além dos textos serem menores, como no caso do texto da Starlink, que é uma mensagem de poucas linhas, podemos observar, em uma leitura aprofundada, que os textos cujos signatários são as *big techs* têm uma argumentação fraca em todos os sentidos, limitando-se a uma mera exposição de dados sem a comprovação de uma autoridade que os certifique.

Os textos trazem uma série de exposições de motivos e dados que apelam para o apoio da população e ocultam os reais motivos que fazem as *big techs* não desejarem a regulação da internet no Brasil. Já os textos jurídicos e jornalísticos são o oposto, pois sua construção requer bases sólidas de exemplos, argumentos de atestada veracidade, seja por autoridades ou por pesquisas, códigos legislativos e outros. Nenhuma decisão de um ministro do STF é tomada com base em achismos, impressões pessoais, tampouco sem comprovação científica ou por uma autoridade.

E, no caso, escolhemos como parte do *corpus* decisões de ministros do STF, que respondem pela mais alta corte do país, onde toda e qualquer argumentação e ou exposição de motivos são exaustivamente comprovados, além de haver um arcabouço legal que os sustenta.

Da mesma forma, o texto jornalístico, e no caso escolhemos textos de veículos comprovadamente com atuação de jornalistas profissionais, deve ter sólida comprovação que sustente o posicionamento de dados e informações adicionados aos textos. Em caso de erro, deve haver retratação e a publicação da informação correta, ou o veículo e jornalista podem ser acionados judicialmente. Daí a grande quantidade de tipos de argumentos encontrados no *corpus* jornalístico e jurídico.

5.3.1 As modalidades argumentativas segundo Amossy (2018)

De acordo com Amossy (2018), ao analisar uma argumentação é fundamental compreender que, para além das particularidades de cada estrutura, existe um esquema lógico subjacente que organiza as ideias. A linguagem, nesse sentido, pode ser comparada a um invólucro que recobre o raciocínio, sendo tarefa do analista extrair esse raciocínio para compreender a fundo a argumentação. Os esquemas argumentativos são, portanto, estruturas lógicas que permitem que o enunciado veicule um determinado conteúdo. Nesta pesquisa adotamos as seguintes modalidades argumentativas propostas por Amossy (2008): demonstrativa, patêmica, prova por analogia e argumento *ad hominem*.

A modalidade patêmica de argumentação se distingue pela utilização de recursos que despertam sentimentos no público com o objetivo de convencê-lo da validade da tese ou do ponto de vista apresentado. Gêneros como o apelo à ajuda humanitária, o poema lírico e a declaração de amor são exemplos de como a emoção pode ser utilizada como ferramenta de persuasão (Amossy, 2008). Esta modalidade pode ser utilizada em qualquer tipo de texto, mas é mais comum em romances, pedidos de ajuda e apresentações onde o alvo é conquistar o público pelas emoções. Dentre os textos do *corpus* da pesquisa, encaixa-se nesta modalidade um fragmento do texto “Como o PL 2.630 pode piorar a sua internet” publicado no blog do Google Brasil, em que a empresa pede ajuda para a população entrar em contato com o seu deputado a fim de frear a tramitação do PL 2.630/2020.

Nesta terça-feira, a Câmara dos Deputados aprovou o pedido de urgência do projeto de lei e, por isso, é fundamental que todos entendam o impacto que essa proposta terá no seu dia-a-dia. Além de estarem desacordo com a forma como outros países estão lidando com essas questões, temos sérias preocupações de que o PL 2.630 mude a internet que você conhece para pior e limite a inovação, a liberdade de expressão e a geração de oportunidades econômicas para todos os brasileiros (Google, 2023).

Criar uma legislação que tem o potencial de mudar profundamente a forma como milhões de brasileiros, empresas e empreendedores usam a internet é uma responsabilidade compartilhada que precisa ser feita de forma colaborativa e construtiva para atingirmos o equilíbrio certo. Fale com o seu deputado ou deputada e nos ajude a chamar a atenção para os potenciais impactos do PL 2.630 com a hashtag #MaisDebatePL2630 (Google, 2023).

Utilizamos apenas dois fragmentos na modalidade patêmica, por encontrarmos mais exemplos desta argumentação nos textos econômicos que compõem o *corpus* e apenas duas tentativas em um texto jornalístico, no texto do Intercept Brasil, conhecido pelo posicionamento progressista e por criticar os governos e parlamentares de direita. Nos textos jurídicos não há nenhum exemplo da modalidade patêmica.

Para entendermos a modalidade demonstrativa recorreremos a Amossy (2008), que explica que este tipo de argumentação se caracteriza pela defesa de um ponto de vista, buscando convencer o interlocutor através da apresentação de argumentos e provas. O locutor, seja em um discurso monogerido ou dialogal, utiliza o raciocínio lógico para sustentar sua tese e convencer o público. Gêneros textuais como a redação do ENEM, o artigo de opinião e o debate eleitoral são exemplos típicos de situações em que essa modalidade é utilizada.

Exemplos robustos dessa modalidade estão nos textos jurídicos, que fazem parte do *corpus*, uma vez que a argumentação judicial é basicamente constituída por provas, que sustentam e dão segurança para as decisões que, no caso dos textos analisados, os ministros do STF tomam. Os textos jornalísticos também se valem das provas para sedimentar as argumentações e mostrar que as checagens e informações apuradas estão corretas. Para não nos alongarmos utilizaremos apenas três exemplos de texto jurídico, uma vez que, ao final do tópico há uma tabela apresentando as modalidades encontradas nos nove textos que compõem o *corpus*.

Spotify e Brasil Paralelo anunciam e veiculam anúncios contra o PL 2.630 (PL das *Fake news*) de forma opaca e burlando seus próprios termos de uso (Anexo H, 2023).

O estudo da UERJ concluiu que “as perguntas mais comuns feitas pelos usuários no Google relacionadas a PL2630 não utilizam o termo PL da Censura” e que “os dados sugerem que o Google vem usando os resultados de busca para influenciar negativamente a percepção dos usuários sobre o projeto de lei” (Anexo H, 2023).

O Inq. 4.874/DF foi instaurado em virtude da presença de indícios e significativas provas apontando a existência de uma verdadeira organização criminosa – “milícias digitais” –, de forte atuação digital e com núcleos de produção, publicação, financiamento e político absolutamente semelhantes àqueles identificados no Inq. 4781/DF, com a nítida finalidade de atentar contra a Democracia e o Estado de Direito (Anexo H, 2023).

Amossy (2008) refere-se à modalidade de argumentação por exemplo ou prova por analogia como aquela em que a comparação é empregada como principal recurso persuasivo. Ao estabelecer relações entre elementos semelhantes, o locutor busca tornar seu ponto de vista mais claro e convincente. A força dessa estratégia reside na capacidade de apresentar o novo sob uma perspectiva familiar, facilitando a adesão do interlocutor. Um dos exemplos utilizados para comprovar essa modalidade de argumentativa é o texto do Intercept Brasil, onde o repórter João Filho coloca o Brasil como exemplo de nação que não se curvou à dominação de Elon Musk.

O Brasil pode se orgulhar em ser um dos países em que o estado está agindo para frear o ímpeto fascistóide do homem mais poderoso do mundo. Musk tentou fazer suas próprias leis e conspirar contra o estado brasileiro, mas está sendo devidamente enquadrado pelo judiciário (Anexo F, 2024).

Uma característica essencial do mundo digital é a possibilidade de qualquer pessoa usar a internet para armazenar e compartilhar conteúdos produzidos por elas, como fotos, vídeos e textos. Para que estes conteúdos possam ser exibidos ou distribuídos por plataformas online são necessárias licenças de direitos autorais dos seus criadores. Por exemplo, ao enviar um vídeo para o YouTube, você concede ao Google uma licença de direitos autorais para hospedar seu vídeo e permitir que outras pessoas o assistam. O PL 2.630 proíbe esses tipos de licenças de duas maneiras. Uma é exigindo que todas as licenças de direitos autorais para as plataformas sejam concedidas por entidades de gestão coletiva desses direitos, o que significa que criadores e titulares de direitos não podem mais decidir por si mesmos como desejam licenciar ou distribuir os seus trabalhos (Google, 2023).

Para finalizar a demonstração das modalidades argumentativas encontradas no *corpus* deste trabalho, vamos terminar com a explicação da professora israelense Amossy (2008) sobre a modalidade argumento *ad hominem*, que propõe uma

estratégia de argumentação contundente e eficaz a fim de silenciar o oponente em um debate. Essa ferramenta, que se configura como um tipo de argumento de autoridade invertido, busca impor a vontade de um dos interlocutores sobre o outro, impedindo a livre troca de ideias e a busca por um entendimento comum.

Os exemplos mais comuns dessas argumentações estão nos textos jurídicos, onde há o uso da lei seca, de jurisprudências ou de dados irrefutáveis que garantam a vitória de uma autoridade em um debate ou em demanda processual, sem dar condições para o oponente sequer se defender. Usamos a decisão do ministro Alexandre de Moraes no inquérito nº 4781, publicada no portal oficial do STF, local também onde foram publicadas todas as outras decisões utilizadas como parte do *corpus* deste trabalho.

Os provedores de redes sociais e de serviços de mensageria privada devem ter absoluto respeito à Constituição Federal, à Lei e à Jurisdição Brasileira. A dignidade da pessoa humana, a proteção à vida de crianças e adolescentes e a manutenção dos Estado Democrático de Direito estão acima dos interesses financeiros dos provedores de redes sociais e de serviços de mensageria privada (Anexo H, 2023).

DETERMINO, por fim, que a Polícia Federal, no prazo de cinco dias, REALIZE OS DEPOIMENTOS DOS PRESIDENTES OU EQUIVALENTES DAS EMPRESAS GOOGLE, META, SPOTIFY e BRASIL PARALELO, para que esclareçam – entre outras questões que a autoridade policial entender necessárias – as razões de terem autorizado a utilização dos mecanismos narrados na presente decisão que podem, em tese, constituir abuso de poder econômico, bem como, eventualmente, caracterizar ilícita contribuição com a desinformação praticada pelas milícias digitais nas redes sociais (Anexo H 2023).

No Quadro 10 os textos do *corpus* estão classificados de acordo com as modalidades argumentativas.

Quadro 10 - Modalidades argumentativas

Modalidade	Demonstrativa	Patêmica	Prova por analogia	Argumento <i>ad hominem</i>
Jurídico	29	-	10	14
Econômico	4	7	9	11
Jornalístico	31	2	15	15

Fonte: Elaborado pela autora (2025).

Observamos, durante a feitura deste quadro, que, enquanto os discursos jornalísticos e jurídicos primam por apresentar provas, pesquisas de entidades e órgãos idôneos ou a própria legislação para construir seus argumentos, os textos econômicos apelam pela emoção e para a comoção do público para que este se alie às suas causas e ignorem os reais motivos da campanha pela não regulação da internet. Como os veículos de comunicação e o judiciário têm, respectivamente, o compromisso de informar corretamente os brasileiros e zelar pelo cumprimento das leis, assim como julgar e punir quem não as cumpre, não lhes cabe utilizar argumentos sem provas confiáveis nos textos que escrevem e publicam.

5.4 IMPLICAÇÕES PARA A CIDADANIA E A COMUNICAÇÃO

Com base nos dados obtidos com a análise aprofundada dos nove textos que compõem o *corpus*, foi possível observar que, à exceção dos textos do judiciário, a preocupação com a construção e a solidificação da cidadania brasileira, no contexto da regulação, praticamente não é mencionada. Ou seja, os argumentos não são abrangentes o suficiente para problematizar com mais profundidade a relação entre regulação e Estado Democrático de Direito.

Sabemos que o discurso jurídico se propõe a construir uma fundamentação sólida com base legal a fim de compor uma decisão, por isso, talvez a questão da cidadania e da discussão dos direitos esteja mais presente. Nos textos analisados o que pudemos observar foram os ministros do STF mostrando às *big techs* que o país contém um regramento legal robusto que protege tanto as instituições quanto os cidadãos das ameaças de empresas estrangeiras de atacar o Estado Democrático de Direito, de espalhar conteúdo falso e da desinformação, que, no caso brasileiro, levou à morte de milhares pessoas durante a pandemia, e fomentou o atentado contra democracia em 8 de janeiro de 2023.

Os ministros do STF também levaram em consideração o princípio da transparência, comunicando publicamente a movimentação do Judiciário. Isso pode ser confirmado por meio das duas decisões do ministro Alexandre de Moraes, sobre as quais retirou o sigilo e tornou públicas. Assim, informa a população brasileira as ações do Judiciário com vistas a proteger os direitos dos cidadãos, entre eles o direito de serem informados. Da mesma forma, o voto da Ministra Cármen Lúcia foi aberto,

momento em que afirmou que o Brasil não é terra sem lei e que qualquer empresa, seja nativa ou estrangeira, que afronte os direitos já conquistados pelos brasileiros deve ser judicialmente impedida.

Os textos jurídicos apresentam argumentos relevantes para quem não está tão familiarizado com a questão da regulação das plataformas, porém, não contém as ferramentas comunicacionais mais adequadas para expor o tema de maneira simples objetiva e que não requeiram um conhecimento prévio do assunto. Ou seja, para quem não está familiarizado com o assunto, é só mais uma decisão do Judiciário brasileiro. Assim, é um discurso que enaltece o Estado de Direito, preza pela publicização, mas é limitado pela linguagem, ainda muito técnica.

Por outro lado, no discurso das plataformas de comunicação digital o argumento é bastante claro e simples em termos linguísticos. Pretendem que a sociedade brasileira valorize a liberdade, mas sem a problematizar e nem a condicionar. Ao defenderem a não regulação da internet minimizam os danos e não tematizam os lucros com os algoritmos. Silenciam sobre questões importantes para a cidadania, a democracia e o interesse coletivo. Suas ações, para além do discurso, incluem agir para atrasar a tramitação de projetos de lei, convocando discussões sem propósito definido e fazendo campanhas massivas em defesa própria.

O discurso econômico trouxe poucos argumentos racionais e bastante delineados dentro das características comunicacionais patêmicas. O que induz o público a se preocupar com a possibilidade de volta à censura, atacando a argumentação de que a regulação preserva a democracia e a cidadania, como nos faz crer o discurso jurídico.

Quanto aos textos jornalísticos, as amostras foram colhidas entre dois veículos da grande imprensa brasileira, a Agência O Globo e o jornal Folha de São Paulo, o terceiro veículo é a agência de notícias independente Intercept Brasil. Todos os textos se posicionam a favor da regulação das plataformas, construindo uma imagem negativa do empresário Elon Musk, por não respeitar a legislação brasileira, e expondo de maneira combativa os partidários da extrema direita.

Possivelmente, isso se deve aos impactos da entrada das plataformas no cenário da comunicação, concorrendo fortemente com as ofertas informacionais jornalísticas nacionais, outrora repositório hegemônico da opinião pública no Brasil. Apesar de historicamente o jornalismo ter sofrido com episódios de censura, o campo

tem se tornado defensor da regulação, até porque projetos estão sendo gestados para que haja remuneração do conteúdo jornalístico disponibilizado nas plataformas.

Interessante, contudo, observar que nos textos jornalísticos não estão sendo usados recursos básicos para amparar seus posicionamentos, como é o caso das entrevistas com fontes que possam ter percepções diversas sobre o tema. Os textos, embora utilizem uma narrativa informativa, facilmente se deslocam para o opinativo, elegendo os argumentos do discurso jurídico com maior predominância. Isso pode ser explicado porque, muitas vezes, apesar de haver uma expectativa, no jornalismo, de equivalência entre os pontos de vista com predominância da controvérsia, nessa questão em específico foi eleito um lado como o mais correto.

Por fim, de uma maneira geral, a conclusão a que chegamos é a de que a conquista da liberdade de expressão passa necessariamente pela busca incessante da verdade verificável possível, razão pela qual entendemos que o discurso econômico não consegue sustentar o argumento. Mas os discursos jurídico e jornalístico, por mais que apresentem limites na linguagem – caso do primeiro, e ausência de mais fontes para sustentar as argumentações – caso do segundo, acabam por valorizar o Estado de Direito e expressar esses discursos de forma corajosa contra os interesses das *big techs*.

Acrescentamos que a preservação da democracia, com seus pesos e contrapesos, passa inevitavelmente pelo letramento informacional. Como vimos no primeiro capítulo, a cidadania no Brasil ainda é uma construção, que avança à medida que nos tornamos mais cientes dos nossos direitos e deveres e lutamos por eles. Sem informações verdadeiras sobre a realidade que vivenciamos podemos ingenuamente acreditar que a liberdade de expressão é a liberdade de dizer o que se quer, independente das consequências.

As *big techs* têm dominado o setor das comunicações, colocando em risco democracias e se mostrando potentes armas de destruição da cultura, da diversidade, e dos direitos humanos. Cidadãos letrados, no sentido do letramento informacional, e que possuem conhecimento para fazer a leitura dos cenários sociais em que vive e a leitura do ambiente que o cerca, sabe que a liberdade de expressão deve ser entendida dentro de parâmetros democráticos. As instituições sociais e os cidadãos precisam estar atentos a este novo momento comunicacional. O Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros, elaborado pela Federação Nacional dos Jornalistas (FENAJ),

estabelece diretrizes para a conduta profissional, notadamente no que concerne à defesa do Estado Democrático de Direito. Conforme o Capítulo II, Artigo 6º, o jornalista tem o dever de "Lutar pela liberdade de pensamento e de expressão" (Inciso III) e de "defender os princípios constitucionais e legais, base do estado democrático de direito" (Inciso X). Embora a imparcialidade seja um preceito fundamental na prática jornalística, o próprio código ético da profissão qualifica o jornalista como um agente ativo na defesa da democracia e da liberdade de expressão. Essa prerrogativa demonstra que, em contextos de afronta ao regime democrático, o jornalista é orientado a assumir um posicionamento que transcende a neutralidade estrita, alinhando-se aos princípios fundamentais do Estado de Direito.

Observando os dados regionais, a pesquisa por amostra de domicílios contínua, módulos Tecnologia da Informação e Comunicação e Educação, do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (PNADC/IBGE), referente ao ano de 2023 e divulgada em agosto de 2024 (Brasil, 2024a, 2024b), mostra o seguinte: Goiás tem o maior percentual de pessoas de 10 anos ou mais de idade que utiliza internet do país; é o segundo Estado com o maior percentual de pessoas que tinham telefone móvel celular em 2023, com mais de 92% da população; o número de domicílios sem televisão aumentou pelo terceiro ano consecutivo no Estado; e Goiás tem 408 mil domicílios com dispositivos inteligentes.

Tais dados nos permitem concluir que a internet chegou pra ficar e que precisamos, enquanto sociedade, atentar-nos para o seu papel nas comunicações contemporâneas associado aos princípios democráticos, respeitando as individualidades e as culturas regionais, do modo que não prevaleçam os interesses das empresas privadas que consideram o lucro acima das conquistas civilizatórias da modernidade.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nestes dois anos meu projeto de pesquisa sofreu algumas mudanças. O trabalho havia sido estruturado considerando a perspectiva de aprovação do PL 2.630/2020. Mas o projeto de lei foi engavetado às vésperas da minha qualificação e tivemos que recalcular a rota. Porém, o cerne da pesquisa não perdeu o sentido, qual seja: analisar os discursos que tratam da tensão entre a liberdade de expressão e a regulação da internet, pois esse conflito permanece.

Volta e meia os discursos circulam, ora a favor ora contra a regulação, dependendo dos passos do judiciário brasileiro, principal agente de resistência ao discurso da liberdade de expressão sem limites no contexto brasileiro. Portanto, a atualidade da discussão é evidente, embora sem solução última.

A ideia de comparar os diferentes discursos, do ponto de vista de uma análise argumentativa, era conhecer os operadores de linguagem que materializam as ideias e os pontos de vista de três grandes sujeitos sociais: o judiciário brasileiro, o jornalismo e as empresas que gerem as plataformas digitais. Essa escolha deveu-se ao reconhecimento de que são esses os principais discursos institucionalizados, embora haja indivíduos que também se posicionam nas redes em relação ao assunto.

Nesse comparativo, percebemos um protagonismo do judiciário, pois ele deflagra as contra-argumentações capturadas pelas instâncias econômicas e jornalísticas, sendo o principal sujeito a problematizar os limites da liberdade de expressão. Seu discurso faz circular, na esfera pública, mesmo que apenas orientado à legalidade das iniciativas dos agentes econômicos, um enaltecimento dos valores do Estado Democrático de Direito.

Podemos dizer, com base nas análises, que o conceito de democracia agonística de Mouffe (2006) faz todo sentido neste trabalho. Os valores democráticos não são consensuais como pensávamos e a internet deu visibilidade a esse dissenso. E é desafiador, para a democracia, conviver com sujeitos que são contra ela e utilizam do seu potencial econômico e simbólico como comunicadores hegemônicos para desafiar seus princípios.

O jornalismo brasileiro, por enquanto, tem respeitado sua tradição deontológica ao dar visibilidade e destaque para os discursos jurídicos que buscam proteger a sociedade contra as *fake news*, os crimes cibernéticos e o desrespeito aos direitos

humanos. Embora pertencendo também ao campo econômico, pois a maioria dos meios de comunicação é de natureza privada, nessa tensão entre liberdade de expressão e regulação das plataformas digitais eles se mostraram favoráveis à regulação.

Infelizmente foi constatado, no percurso da pesquisa bibliográfica, que há poucas pesquisas abordando as questões que envolvem a regulação da internet no Brasil e os reflexos dessa possível regulação na área da comunicação. Os trabalhos científicos em construção são, em sua maior parte, na área do Direito, focados principalmente na parte jurídica do fenômeno.

Depois do arquivamento do PL 2.630/2020 os possíveis trabalhos sobre o estudo de uma proposta de regulação foram descontinuados ou modificados, razão pela qual penso que esta pesquisa pode ajudar um pouco. Isso implica que essa área de estudo é ainda profícua, mesmo que sejam utilizadas novas propostas metodológicas a fim de conhecermos com mais profundidade isso que se tornou um desafio na contemporaneidade: conciliar liberdade com um certo grau de seu cerceamento.

Para estudos futuros sugerimos pesquisas com cidadãos que não pertencem aos campos institucionalizados focados neste estudo, mas que estão fortemente inseridos nas redes, podem ser de grande valia. Conhecer seus entendimentos sobre liberdade de expressão é importante para compreender a cultura não democrática crescente e o papel da comunicação nesse processo. E também que sejam feitas pesquisas sobre as tentativas bem ou mal sucedidas de letramento informacional visando entender se ele atua ou não como um poder transformador entre os cidadãos.

REFERÊNCIAS

- ABBOUD, G.; CAMPOS, R. Regulação de redes sociais e proceduralização. *In*: NERY JUNIOR, N.; ABBUOD, G.; CAMPOS, R. (org). **Fake news e regulação**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2022. p. RB-4.1-RB-4.5.
- ABRAMO, P. (coord.). **Padrões de manipulação na grande imprensa**. 2. ed. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2016.
- AÇÃO entre amigos: Google e Facebook fizeram acordo secreto. Entenda o caso. **Exame**, São Paulo, 18 jan. 2021. Disponível em: <https://exame.com/tecnologia/acao-entre-amigos-google-e-facebook-fizeram-acordo-secreto-entenda-o-caso/>. Acesso em: 3 set. 2024.
- ALSINA, M. R. **A construção da notícia**. Petrópolis: Vozes, 2009.
- AMOSSY, R. **A argumentação no discurso**. Tradução: Eduardo Lopes Pires e Moisés Olímpio-Ferreira. São Paulo: Contexto, 2018.
- AMOSSY, R. **Apologia da polêmica**. Tradução: Mônica Cavalcante. São Paulo: Contexto, 2017.
- ANGENOT, M. **O discurso social e as retóricas da incompreensão**. Tradução: Carlos Piovezani. São Carlos: Edufscar, 2015.
- ARENDDT, H. **Verdade e política**: entre o passado e o futuro. Tradução Manuel Alberto. Lisboa: Relógio D'Água Editores, 1995.
- ARTHUR Lira: Quem é o líder do “centrão” que se tornou um dos mais poderosos presidentes que a Câmara já teve? **Infomoney**, São Paulo, 7 set. 2023. Disponível em: <https://www.infomoney.com.br/perfil/arthur-lira-quem-e/>. Acesso em: 20 set. 2024.
- BARBIERI, L. F.; CLAVERY, E. Urgências, grupos de trabalho, votação à distância: as marcas da gestão Lira. **G1**, Brasília, 26 jun. 2024. Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/noticia/2024/06/23/urgencias-grupos-de-trabalho-votacao-a-distancia-as-marcas-da-gestao-lira.ghtml>. Acesso em: 20 set. 2024.
- BARBOSA, M. (org.). **Pós-verdade e fake news**: reflexões sobre a guerra de narrativas. 1. ed. Rio de Janeiro: Cobogó, 2019.
- BARCELOS, T. N.; MUNIZ, L. N.; DANTAS, D. M.; COTRIM JUNIOR, D. F.; CAVALCANTE JÚNIOR, F. E. Análise de fake news veiculadas durante a pandemia de COVID-19 no Brasil. **Revista Panamericana de Salud Publica**, Washington, v. 45, n. 65, p. 1-8, 9 jun. 2021. Disponível em: <https://iris.paho.org/bitstream/handle/10665.2/53907/v45e652021.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 30 mar. 2024.

BLOQUEIO do X no Brasil custa milhões de usuários a Musk, mas afeta pouco a receita dos negócios. **O Globo**, Rio de Janeiro, 5 set. 2024. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/economia/negocios/noticia/2024/09/05/bloqueio-do-x-no-brasil-custa-milhoes-de-usuarios-a-musk-mas-afeta-pouco-a-receita-dos-negocios.ghtml>. Acesso em: 11 out. 2024.

BOBBIO, N. **Direita e esquerda**: razões e significados de uma distinção política. Tradução: Marco Aurélio Nogueira. 2. reimp. São Paulo: Editora da Universidade Estadual Paulista, 1995.

BOTELHO, A.; SCHWARCZ, L. M. (org.). **Cidadania um projeto em construção**: Minorias, justiça e direitos. São Paulo: Claro Enigma, 2012.

BOURDIEU, P. **O poder simbólico**. Tradução: Fernando Tomaz. Rio de Janeiro, RJ: Bertrand Brasil, 1989.

BRASIL. [Constituição (1988)]. **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília: Presidência da República, 1988. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm. Acesso em: 9 abr. 2025.

BRASIL. [Constituição (1967)]. **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília: Presidência da República, 1967. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao67.htm. Acesso em: 12 abr. 2025.

BRASIL. Câmara dos Deputados. **Arthur Lira**. Brasília: Câmara dos Deputados, 2023. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/deputados/160541/biografia>. Acesso em: 20 set. 2024.

BRASIL. Câmara dos Deputados. **Decreto nº 4.743, de 31 de outubro de 1923**. Regula a liberdade de imprensa e dá outras providências. Brasília: Câmara de Deputados, 1923. Disponível em: <https://www2.camara.leg.br/legin/fed/decret/1920-1929/decreto-4743-31-outubro-1923-567758-publicacaooriginal-91090-pl.html>. Acesso em: 12 abr. 2025.

BRASIL. Câmara dos Deputados. **Projeto de Lei nº 2.630, de 3 de julho de 2020**. Institui a Lei Brasileira de Liberdade, Responsabilidade e Transparência na Internet. Brasília: Senado Federal, 2020. Disponível em: https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/prop_mostrarintegra?codteor=1909983&filename=PL%202630/2020. Acesso em: 24 mai. 2023.

BRASIL. **Decreto Lei nº 2.848, de 7 de dezembro 1940**. Código Penal. Rio de Janeiro: Presidência da República, 1940. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/del2848.htm. Acesso em: 20 set. 2024.

BRASIL. **Decreto nº 7.175, de 12 de maio de 2010**. Institui o Programa Nacional de Banda Larga. Brasília: Presidência da República, 2010. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato20072010/2010/decreto/d7175.htm. Acesso

em: 20 set 2024.

BRASIL. **Decreto nº 9.612, de 17 de dezembro de 2018**. Dispõe sobre políticas públicas de telecomunicações. Brasília: Presidência da República, 2018a. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/decreto/d9612.htm#:~:text=DECRETO%20N%C2%BA%209.612%2C%20DE%2017,1%C2%BA%20e%20art. Acesso em: 20 set 2024.

BRASIL. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Coordenação de Pesquisas por Amostra de Domicílios. **Acesso à internet e à televisão e posse de telefone móvel celular para uso pessoal 2023**. Rio de Janeiro: IBGE, 2024a. Disponível em: <https://biblioteca.ibge.gov.br/index.php/biblioteca-catalogo?view=detalhes&id=2102107>. Acesso em: 3 mar. 2025.

BRASIL. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Coordenação de Pesquisas por Amostra de Domicílios. **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua: educação: 2023**. Rio de Janeiro: IBGE, 2024b. Disponível em: <https://biblioteca.ibge.gov.br/index.php/biblioteca-catalogo?view=detalhes&id=2102068>. Acesso em: 3 mar.2025.

BRASIL. **Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990**. Dispõe sobre o Estatuto da Criança e do Adolescente e dá outras providências. Brasília: Presidência da República, 1990. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8069.htm. Acesso em: 20 set. 2024.

BRASIL. **Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002**. Institui o Código Civil. Brasília: Presidência da República, 2002. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/l10406compilada.htm. Acesso em: 20 set. 2024.

BRASIL. **Lei nº 11.437, de 28 de dezembro de 2006**. Altera a destinação de receitas decorrentes da Contribuição para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica Nacional -CONDECINE, criada pela Medida Provisória nº 2.228-1, de 6 de setembro de 2001, visando ao financiamento de programas e projetos voltados para o desenvolvimento das atividades audiovisuais; altera a Medida Provisória nº 2.228-1, de 6 de setembro de 2001, e a Lei nº 8.685, de 20 de julho de 1993, prorrogando e instituindo mecanismos de fomento à atividade audiovisual; e dá outras providências. Brasília: Presidência da República, 2006. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2006/lei/l11437.htm. Acesso em: 21 set. 2024.

BRASIL. **Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014**. Estabelece princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da internet no Brasil. Brasília: Presidência da República, 2014. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/l12965.htm. Acesso em: 21 set. 2024.

BRASIL. **Lei nº 13.188, de 11 de novembro de 2015**. Dispõe sobre o direito de resposta ou retificação do ofendido em matéria divulgada, publicada ou transmitida por veículo de comunicação social. Brasília: Presidência da República, 2015. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-

2018/2015/lei/l13188.htm. Acesso em: 20 set. 2024.

BRASIL. **Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018**. Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD). Brasília: Presidência da República, 2018b. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/l13709.htm. Acesso em: 21 set. 2024.

BRASIL. **Lei nº 4.737, de 15 de julho de 1965**. Institui o Código Eleitoral. Brasília: Presidência da República, 1965. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l4737compilado.htm. Acesso em: 20 set. 2024.

BRASIL. **Lei nº 9.472, de 16 de julho de 1997**. Dispõe sobre a organização dos serviços de telecomunicações, a criação e funcionamento de um órgão regulador e outros aspectos institucionais, nos termos da Emenda Constitucional nº 8, de 1995. Brasília: Presidência da República, 1997. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9472.htm. Acesso em: 20 set. 2024.

BRASIL. Lira anuncia grupo para propor nova versão do PL das *Fake news*. **Agência Brasil**, Brasília, 9 abr. 2024c. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/politica/noticia/2024-04/lira-anuncia-grupo-para-propor-nova-versao-do-pl-das-fake-news>. Acesso: 17 set. 2024.

BRASIL. Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovações. **Programa nacional de banda larga (PNBL)**. Brasília: MCTI, [2011]. Disponível em: https://antigo.mctic.gov.br/mctic/opencms/tecnologia/internet/banda_larga.html. Acesso: 3 mar. 2025.

BRASIL. Senado Federal. **Pesquisa DataSenado revela o que pensa o brasileiro sobre Fake News**. Brasília: Senado Federal, 2024d. Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/institucional/datasenado/publicacaodatasenado?id=pesquisa-datasenado-revela-o-que-pensa-o-brasileiro-sobre-fake-news>. Acesso em: 29 nov. 2024.

BUCCI, E. **Existe democracia sem verdade factual?** Barueri, SP: Estação das Letras e Cores, 2019.

CALDAS, A. C. 'Pandemia de *fake news*' dificulta combate ao coronavírus no Brasil, alertam especialistas. **Brasil de fato**, Curitiba, 30 out. 2021. Disponível em: <https://www.brasildefato.com.br/2021/10/30/pandemia-de-fake-news-dificulta-combate-ao-coronavirus-no-brasil-alertam-especialistas/>. Acesso em: 10 mar. 2025.

CAMARGO, B. Cerca de 84% dos lares brasileiros têm acesso à internet, diz pesquisa. **CNN Brasil**, São Paulo, 16 nov. 2023. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/nacional/cerca-de-84-dos-lares-brasileiros-tem-acesso-a-internet-diz-pesquisa/#:~:text=Olimp%C3%ADadas,Cerca%20de%2084%25%20dos%20lares%20brasileiros,acesso%20%C3%A0%20internet%2C%20diz%20pesquisa&text=Estudo%20divulgado%20nesta%20quinta%20feira,se%20mantinha%20est%C3%A1vel%20desde%202020>. Acesso em: 14 mar. 2024.

CAMILLO, C. E. N. O fenômeno das fake news e a sua repercussão na responsabilidade civil no sistema jurídico brasileiro. *In*: RAIS, D. (coord.). **Fake news**: a conexão entre a desinformação e o direito. 3. ed. São Paulo: Thomson Reuters do Brasil, 2022. p. 379-394.

CARVALHO, J. M. de. **Cidadania no Brasil**: o longo caminho. 3. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2002.

CARVALHO, K. R. O modo combativo do Intercept Brasil de noticiar o PL das fake news. *In*: SEMINÁRIO INTERNACIONAL DE MÍDIA, CULTURA, CIDADANIA E INFORMAÇÃO, 17., 2023, Goiânia. **Anais eletrônicos** [...]. Goiânia: PPGCOM/FIC/UFG, 2023. p. 441-460. Disponível em: https://files.cercomp.ufg.br/weby/up/1072/o/ANAIS_ELETRONICOS_XVII_SEMIC_III_SEMI_JOVEM.pdf. Acesso em: 16 mar. 2024

CARVALHO, M. S. R.M. **A trajetória da internet no Brasil**: do surgimento das redes de computadores à instituição dos mecanismos de governança. 2006. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Sistemas e Computação) - Instituto Alberto Luiz Coimbra de Pós-Graduação e Pesquisa de Engenharia, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2006. Disponível em: <https://www.cos.ufrj.br/uploadfile/1430748034.pdf>. Acesso em: 30 maio 2024.

CASIMIRO, F.H.C. **A tragédia e a farsa**: a ascensão das direitas no Brasil contemporâneo. São Paulo: Expressão Popular, Fundação Rosa Luxemburgo, 2020.

CASTELLS, M. **A galáxia da internet**: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade. Tradução Maria Luiza X. de A. Borges. 1. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

CASTELLS, M. Castells debate os dilemas da internet. Entrevistador: Sérgio Martin. **Outras Palavras**, São Paulo, 17 jan. 2012. Disponível em: <https://outraspalavras.net/sem-categoria/castells-debate-os-dilemas-da-internet>. Acesso em: 30 jan. 2025.

CASTELO, L. 'Foi totalmente inesperado', diz ex-funcionário do X Brasil, após fechamento do escritório no país. **G1**, Rio de Janeiro, 3 set. 2024. Disponível em: <https://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2024/09/03/foi-totalmente-inesperado-diz-ex-funcionario-do-x-brasil-apos-fechamento-do-escritorio-no-pais.ghtml>. Acesso em: 25 set. 2024.

CHARAUDEAU, P. **Discurso das mídias**. Tradução Angela S. M. Corrêa. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2010.

CHAUÍ, M. Breve história da democracia. *In*: CHAUÍ, M.; FONTES, V.; MAZZEO, A. C.; MIGUEL, L. F. **Democracia em colapso?** São Paulo: Boitempo Editorial, 2019. p. 9-13.

CLAVERY, Elisa. BARBIÉRI, Luiz F. Urgências, grupos de trabalho, votação à distância: as marcas da gestão Lira. **G1 e TV Globo**, Brasília, 23 jun. 2024.

Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/noticia/2024/06/23/urgencias-grupos-de-trabalho-votacao-a-distancia-as-marcas-da-gestao-lira.ghhtml>. Acesso em: 12 abr. 2025.

COALIZÃO DIREITOS NA REDE. **Carta pública**: contra o ataque das big techs à soberania digital. [s. l.]: Coalizão Direitos na Rede, 2024. Disponível em: <https://direitosnarede.org.br/2024/09/23/carta-publica-contra-o-ataque-das-big-techs-a-soberania-digital/>. Acesso em: 13 out. 2024.

D'ANCONA, M. **Pós-verdade**. 1. ed. Barueri: Faro Editorial, 2018.

DASCAL, M. A polêmica na ciência. *In*: GIL, F. (org.). **A ciência tal qual se faz**. Lisboa: Edições João Sá da Costa, 1999. p. 65-77.

DIAS, T. Ofensiva das big techs contra PL das fake news expõe lobby mais poderoso do mundo. **Intercept Brasil**, [s. l.], 8 maio 2023. Disponível em: <https://www.intercept.com.br/2023/05/08/pl-das-fake-news-big-techs-tem-maior-lobby-do-mundo/>. Acesso em: 5 jul. 2023.

DIJK, T. A. van. **Discurso e poder**. Tradução: Judith Hoffnagel, Karina Falcone. 2. ed. 1. reimp. São Paulo: Contexto, 2012.

DINIZ, C. R. F. Discurso jurídico: ferramenta e arma do advogado. **Revista de Informação Legislativa**, Brasília, v. 43, n. 172, p. 185-191. out./dez. 2006. Disponível em: <https://www2.senado.leg.br/bdsf/handle/id/92834>. Acesso em: 30 jan. 2025.

DOURADO, T. **Fake news na eleição presidencial de 2018 no Brasil**. 2020. Tese (Doutorado em Comunicação e Culturas Contemporâneas) - Universidade Federal da Bahia, Faculdade de Comunicação, Salvador, 2020. Disponível em: <https://repositorio.ufba.br/handle/ri/31967>. Acesso em: 5 jul. 2023.

DIREÇÃO-Geral da Comunicação. Documentos legais sobre a Lei de Serviços Digitais. **European Commission**. Bruxelas, 27 out 2022. Disponível em: https://commission.europa.eu/publications/legal-documents-digital-services-act_en?prefLang=pt. Acesso em 12 abr. 2025.

FACEBOOK completa 10 anos; veja a evolução da rede social. **G1**, São Paulo, 04 fev. 2014. Disponível em: <https://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2014/02/facebook-completa-10-anos-veja-evolucao-da-rede-social.html#:~:text=2012%20foi%20o%20ano%20em,1%20bilh%C3%A3o%20de%20usu%C3%A1rios%20ativos>. Acesso em 12 abr. 2025.

FEITOZA, C. Lira diz que big techs ultrapassaram todos os limites e impediram Câmara de legislar. **Folha de São Paulo**, Brasília, 03 mai. 2023. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2023/05/lira-diz-que-big-techs-ultrapassaram-todos-os-limites-e-impediram-camara-de-legislar.shtml>. Acesso em: 12 abr. 2025.

FENAJ. **Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros**, 2007. Disponível em: <https://fenaj.br/wp-content/uploads/2016/01/codigo-de-etica-dos-jornalistas-brasileiros.pdf>. Acesso em: 25 jun. 2025.

FERRARI, P. **Jornalismo digital**. 3. ed. São Paulo: Contexto, 2008.

FIGUEIRA, J.; SANTOS, S. (org.). **Fake news e a nova ordem desinformativa na era da pós-verdade**. Coimbra: Imprensa da Universidade de Coimbra, 2019.

FÓRUM NACIONAL PELA DEMOCRATIZAÇÃO DA COMUNICAÇÃO. **Eleições 2018**: carta compromisso em defesa da democracia e por uma comunicação democrática no Brasil. Brasília: FNDC, 2018. Disponível em: <https://fndc.org.br/wp-content/uploads/2024/05/plataforma-em-defesa-da-democracia-e-por-uma-comunicacao-democratica-no-brasil-eleicoes.pdf>. Acesso em: 23 set. 2024.

FOUCAULT, M. **Microfísica do poder**. São Paulo: Graal, 2008.

FRANCISCO, F. R. C.; NERLING, F. R. C. F. A relatividade dos direitos fundamentais. **Jus Scriptum's International Journal of Law**, [s. l.], v. 5, n. 1, p. 51-67, 2018. Disponível em: <https://internationaljournaloflaw.com/index.php/revista/article/view/47>. Acesso em: 31 jan. 2025.

GENRO FILHO, A. **O segredo da pirâmide**: para uma teoria marxista do jornalismo. Porto Alegre: Tchê Editora, 1987.

GIACCHETTA, A. Z. Atuação e responsabilidade dos provedores diante das fake news e da desinformação. In: RAIS, D. (coord.). **Fake news**: a conexão entre a desinformação e o direito. 3. ed. São Paulo: Thomson Reuters do Brasil, 2022. p. 325-361.

GOOGLE BRASIL. Google celebra 18 anos de Brasil: relembre conquistas e iniciativas que nos enchem de orgulho. **Blog do Google Brasil**. Brasil, 23 jul. 2023. Disponível em: <https://blog.google/intl/pt-br/produtos/google-celebra-18-anos-de-brasil-relembre-conquistas-e-iniciativas-que-nos-enchem-de-orgulho/>. Acesso em: 12 abr. 2025.

GOOGLE. Nossa história. **Blog do Google**. Brasil, [S.l.]. Disponível em: <https://about.google/company-info/our-story/>. Acesso em: 12 abr. 2025.

GUARESCHI, P.; BIZ, O. **Mídia e democracia**. 2. ed. Porto Alegre: P.G/O.B, 2005.

HAAS, G. Jack Dorsey: quem criou o Twitter? **Canaltech**, [s. l.], 4 ago. 2024. Disponível em: <https://canaltech.com.br/internet/jack-dorsey-quem-criou-o-twitter/>. Acesso em: 20 set. 2024.

HAN, B-C. **Infocracia**. Tradução: Gabriel Phillipson. Petrópolis: Vozes, 2022. <https://revistas.ufpr.br/rsp/article/view/7071/5043>. Acesso em: 14 ago. 2024.

INTEGRIDADE da Informação nas Plataformas Digitais: Informe do Secretário-Geral da ONU. **ONU**. Brasil, 20 out. 2023. Disponível em <https://brasil.un.org/pt-br/249996->

integridade-da-informa%C3%A7%C3%A3o-nas-plataformas-digitais-informe-do-secret%C3%A1rio-geral-da-onu. Acesso em: 20 jun. 2025.

INTELECTUAIS pedem apoio ao Brasil na "luta contra Elon Musk". **Deutsche Welle**. Brasil, 18 set. 2024. Disponível em: <https://www.dw.com/pt-br/intelectuais-pedem-apoio-a-brasil-na-luta-contra-elon-musk/a-70248449>. Acesso em: 12 out. 2024.

JACOB, R. S. R. C. **Liberdade de expressão, internet e telecidadania**. 1. ed. São Paulo: Literando, 2021.

JOÃO FILHO. Musk arregou e Twitter voltou. Piores do que nunca. **Intercept Brasil**. [s. l.], 12 out. 2024a. Disponível em: <https://www.intercept.com.br/2024/10/12/twitter-voltou/>. Acesso em: 13 out. 2024.

JOÃO FILHO. Na guerra com Xandão, Elon Musk bate em retirada. **Intercept Brasil**. [s. l.], 21 set. 2024b. Disponível em: <https://www.intercept.com.br/2024/09/21/musk-bate-em-retirada/>. Acesso em: 25 set. 2024.

KOCH, I. G. V. **Argumentação e linguagem**. 3. ed. São Paulo: Cortez, 1993.

KOCH, I. G. V. **Desvendando os segredos do texto**. 6. ed. São Paulo: Cortez, 2009.

KOCH, I. G. V.; ELIAS, V. **Escrever e argumentar**. São Paulo: Contexto, 2016.

KUCINSKI, B. **Jornalistas e revolucionários**: nos tempos da imprensa alternativa. 2. ed. rev. e ampl. São Paulo: Edusp, 2001.

LEON, Lucas P. Para Lira, ação das big techs barrou votação do PL das Fake News. **AgênciaBrasil**, Brasília, 26 jun. 2023. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/politica/noticia/2023-06/para-lira-acao-das-big-techs-barrou-votacao-do-pl-das-fake-news>. Acesso em: 12 abr. 2025.

LÉVY, P. **Cibercultura**. Tradução: Carlos Irineu da Costa. 3. ed. 2. reimp. São Paulo: Editora 34, 2014.

LIMA, V. A. **Liberdade de expressão x liberdade de Imprensa**. 2. ed. São Paulo: Publisher Brasil, 2012.

LIMA, V. A. **Regulação das comunicações**: história, poder e direitos. São Paulo: Paulus, 2011.

MAINGUENEAU, D. **Gênese dos discursos**. Tradução: Sírio Possenti. São Paulo: Parábola Editorial, 2008.

MAINIERI, T.; ROMANI, D. Comunicação, internet e contra-hegemonia: o interesse público na sociedade midiaticizada. In: MORAES, A.; SIGNATES, L. (org.). **Cidadania comunicacional**: teoria, epistemologia e pesquisa. Goiânia: Gráfica UFG, 2016. p. 171-193.

MARÍN, J.; CREUS, R. G.; GARCÍA ZABALLOS, A. **Relatório da situação da conectividade à internet e banda larga no Brasil**. [S. l.]: BID, 2013. DOI 10.18235/0007884. Disponível em: <https://publications.iadb.org/pt/relatorio-da-situacao-da-conexidade-internet-e-banda-larga-no-brasil>. Acesso em: 3 mar. 2025

MATTOS, S. **Mídia controlada**: a história da censura no Brasil e no mundo. São Paulo: Paulus, 2005.

MEDEIROS, T.; ABRUSIO, J. Fake news: Os limites da criminalização da desinformação. *In*: RAIS, D. (coord.). **Fake news**: a conexão entre a desinformação e o direito. 3. ed. São Paulo: Thomson Reuters do Brasil, 2022. p. 265-275.

MELLO, P. C. Musk alia interesses comerciais a inclinações políticas sob o manto da liberdade de expressão. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 8 set. 2024. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2024/09/musk-alia-interesses-comerciais-a-inclinacoes-politicas-sob-o-manto-da-liberdade-de-expressao.shtml>. Acesso em: 16 set. 2024.

MORAES, A. T. de; MACHADO, L.; BORGES, R. **Comunicação e discursividade**: teoria e dispositivos analíticos de AD. Goiânia: Kelps, 2021.

MORAES, D. de.; RAMONET, I.; SERRANO, P. **Mídia, poder e contrapoder**: da concentração monopólica à democratização da informação. Tradução: Karina Patrício. 1. reimp. São Paulo: Boitempo, 2016.

MOROZOV, E. **Big tech**: a ascensão dos dados e a morte da política. Tradução: Claudio Marcondes. São Paulo: Ubu Editora, 2018.

MOUFFE, C. Por um modelo agonístico de democracia. **Revista de Sociologia e Política**, Curitiba, n. 25, p. 11-23, 2006. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S0104-44782005000200003>. Acesso em: 12 abr. 2025.

NOHARA, I. P. Desafios da ciberdemocracia diante do fenômeno das fake news: regulação estatal em face dos perigos da desinformação. *In*: RAIS, D. (coord.). **Fake news**: a conexão entre a desinformação e o direito. 3. ed. São Paulo: Thomson Reuters do Brasil, 2022. p. 83-99.

O QUE descobrimos com o Mapa do Jornalismo Independente. **APública**, [s. l.], 2016. Disponível em: <https://apublica.org/2016/11/o-que-descobrimos-com-o-mapa-do-jornalismo-independente/>. Acesso em: 15 mar. 2024.

ORLANDI, E. P. **Análise de discurso**. 8. ed. Campinas, SP: Pontes, 2009.

PANCINI, L. Exclusão digital deixa 23% das classes D e E sem auxílio emergencial. **Exame**, São Paulo, 27 maio 2021. Disponível em: <https://exame.com/tecnologia/exclusao-digital-deixa-23-das-classes-d-e-e-sem-auxilio-emergencial>. Acesso em: 30 jul. 2024.

PASQUINI, P. 90% dos eleitores de Bolsonaro acreditaram em fake news diz estudo. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 2 nov. 2018. Disponível em:

<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/11/90-dos-eleitores-de-bolsonaro-acreditaram-em-fake-news-diz-estudo.shtml>. Acesso em: 30 mar. 2024.

PAULANI, L. M. **Modernidade e discurso econômico**. São Paulo: Boitempo, 2005.

PETRY, J. F. *et al.* Uma revisão sobre a pesquisa qualitativa em ciências sociais aplicadas. **UFAM Business Review**, Manaus, v. 2, n. 3, art. 6, p. 103-130, jul./dez. 2020. Disponível em: <https://www.periodicos.ufam.edu.br/index.php/ufambr/article/view/8087>. Acesso em: 30 jan. 2025.

PINOTTI, Fernanda. Lei europeia que inspira PL das Fake News foca na transparência, não no conteúdo; entenda. **CNN Brasil**, São Paulo, 15 mai. 2023. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/politica/lei-europeia-que-inspira-pl-das-fake-news-foca-na-transparencia-nao-no-conteudo-entenda/>. Acesso em: 12 abr. 2025.

PIRES, A. C. M.; PIRES, L. R. G. M. Desinformação: atuação do Estado, da sociedade civil organizada e dos usuários da internet. *In*: RAIS, D. (coord.). **Fake news: a conexão entre a desinformação e o direito**. 3. ed. São Paulo: Thomson Reuters do Brasil, 2022. p. 249-264.

POLIDO, F. B. P. Desinformação, fake news e o direito internacional *In*: RAIS, D. (coord.). **Fake news: a conexão entre a desinformação e o direito**. 3. ed. São Paulo: Thomson Reuters do Brasil, 2022. p. 395-433.

PRADO, M. **Fake news e inteligência artificial**: o poder dos algoritmos na guerra da desinformação. São Paulo: Edições 70, 2022.

PRINCÍPIOS Globais das Nações Unidas para a Integridade da Informação: recomendações para ação de múltiplas partes interessadas. **ONU**, [s. l.], 2024. Disponível em: https://brasil.un.org/sites/default/files/2024-07/ONU_PrincipiosGlobais_IntegridadeDaInformacao_20240624.pdf. Acesso em: 20 jun. 2025.

RAIS, D.; SALES, S. R. Fake news, deepfakes e eleições. *In*: RAIS, D. (coord.). **Fake news: a conexão entre a desinformação e o direito**. 3. ed. São Paulo: Thomson Reuters do Brasil, 2022. p. 29-57.

RAMONET, I. Meios de comunicação: um poder a serviço de interesses privados? *In*: MORAES, D. de.; RAMONET, I.; SERRANO, P. **Mídia, poder e contrapoder**: da concentração monopólica à democratização da informação. Tradução: Karina Patrício. 1. reimp. São Paulo: Boitempo, 2016. p. 53-70.

REDAÇÃO. Pós-verdade' é eleita a palavra do ano pelo Dicionário Oxford. **G1**, Rio de Janeiro, 16 out. 2016. Disponível em: <https://g1.globo.com/educacao/noticia/pos-verdade-e-eleita-a-palavra-do-ano-pelo-dicionario-oxford.ghtml>. Acesso em: 12 abr. 2025.

REDAÇÃO. Lira critica “tratamento desonroso” de big techs com a Câmara. **Poder 360**, Brasil, 02 mai. 2023. Disponível em: <https://www.poder360.com.br/congresso/lira-critica-tratamento-desonroso-de-big-techs-com-a-camara/>. Acesso em 12 abr. 2025.

REDAÇÃO. Entenda regulação das redes sociais no Brasil, EUA, Reino Unido e União Europeia. **Folha de São Paulo**. Brasília e São Paulo, 07 ago. 2023. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2023/03/entenda-debate-sobre-a-regulacao-das-redes-sociais-no-brasil.shtml>. Acesso em: 12 abr. 2025.

REDES sociais são responsáveis pelo que usuários publicam? STF deve julgar o tema nesta quarta. **G1**, Rio de Janeiro, 27 nov. 2024. Disponível em: https://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2024/11/27/marco-civil-internet-supremo-tribunal-federal.ghtml?utm_source=share-universal&utm_medium=share-bar-app&utm_campaign=materias. Acesso em: 29 nov. 2024.

RIBEIRO, L. M. A condição cidadã. In: MORAES, A.; SIGNATES, L. (org.). **Cidadania comunicacional: teoria, epistemologia e pesquisa**. Goiânia: Gráfica UFG, 2016. p. 69-109.

RIGHETTI, S. **Inovação, formação de competências e diversificação no setor de comunicação**: a exploração da internet em dois grupos brasileiros de mídia impressa. 2008. Dissertação (Mestrado em Política Científica e Tecnológica) - Instituto de Geociências, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, São Paulo, 2008. Disponível em: <https://repositorio.unicamp.br/acervo/detalhe/422220>. Acesso em: 3 mar. 2025.

ROCHA, P. Marco Civil da Internet: relator defende mudanças no regime de responsabilização de plataformas. **Portal STF**, Brasília, 28 nov. 2024. Disponível em: <https://noticias.stf.jus.br/postsnoticias/marco-civil-da-internet-relator-defende-mudancas-no-regime-de-responsabilizacao-de-plataformas/>. Acesso em: 1º dez. 2024.

RÜDIGER, F. **As teorias do jornalismo no Brasil**. Florianópolis: Insular, 2021.

SABOIA, G.; DOCA, G. 'Pressão foi horrível, desumana', diz Lira sobre ação das big techs na votação das Fake News. **Jornal O Globo**, Brasília, 03 mai. 2023. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/politica/noticia/2023/05/pressao-foi-horrivel-desumana-diz-lira-sobre-acao-das-big-techs-na-votacao-das-fake-news.ghtml>. Acesso em: 12 abr. 2025.

SANTAELLA, L. **A pós-verdade é verdadeira ou falsa?** São Paulo: Estação das Letras e Cores Editora, 2018.

SIGNATES, L. Pós-verdade e comunicação: a circulação simbólica como critério de verdade no mundo contemporâneo. **Questões Transversais**: Revista de Epistemologias da Comunicação, São Leopoldo, v. 7, n. 13, p. 11-20, jan./jun. 2019.

SIQUEIRA JÚNIOR, P. H. Cidadania. *In*: SIQUEIRA JÚNIOR, P. H.; OLIVEIRA, M. A. M. **Direitos humanos e cidadania**. 2. ed. rev. e atual. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2009b. p. 239-258.

SIQUEIRA JÚNIOR, P. H. Da sociedade agrícola à sociedade da informação. *In*. SIQUEIRA JÚNIOR, P. H.; OLIVEIRA, M. A. M. **Direitos humanos e cidadania**. 2. ed. rev. e atual. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2009a. p. 124-128.

SIQUEIRA JÚNIOR, P. H.; OLIVEIRA, M. A. M. **Direitos humanos e cidadania**. 2. ed. rev. e atual. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2009.

SOBRE nós. **LatAm Journalism Review**. Austin, 22 out. 2021. Disponível em: <https://latamjournalismreview.org/pt-br/sobre-nos/>. Acesso em 12 abr. 2025.

STEFANI, J.; NIEDERAUER, C. Pragmática em Marcelo Dascal: a relevância da controvérsia. **Conjectura: Filosofia e Educação**, Caxias do Sul, v. 26, p. 146-161, maio 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.18226/21784612.v26.e021008>. Acesso em: 3 mar. 2025.

SUPREMO TRIBUNAL FEDERAL. **Programa de combate à desinformação**. Brasília: STF, 2021. Disponível em: <https://portal.stf.jus.br/desinformacao/#parceirosPCD>. Acesso em: 29 nov. 2024.

SUPREMO TRIBUNAL FEDERAL. **RTJ 173/805-810. MS 23.452**. Brasília: STF, 2006. Disponível em: https://jurisprudencia.stf.jus.br/pages/search?base=acordaos&pesquisa_inteiro_teor=false&sinonimo=true&plural=true&radicais=false&buscaExata=true&page=1&pageSize=10&queryString=RTJ%20173%2F805-810&sort=_score&sortBy=desc. Acesso em: 12 abr 2025.

THOMPSON, J. B. **A mídia e a modernidade**: uma teoria social. Tradução: Wagner Brandão. 15. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2014.

THOMPSON, J. B. **Ideologia e cultura moderna**: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa. Petrópolis, RJ: Vozes, 1995.

TRAQUINA, N. **Teorias do jornalismo**. Florianópolis: Insular, 2005. v. 1.

TWITTER. **Canaltech**. Brasil, [2024]. Disponível em: <https://canaltech.com.br/empresa/twitter/>. Acesso em: 20 set. 2024.

VEJA o que é #FATO ou #FAKE sobre a tragédia no Rio Grande do Sul. **G1; O GLOBO**, Rio de Janeiro, 6 maio 2024. Disponível em: <https://g1.globo.com/fato-ou-fake/noticia/2024/05/06/veja-o-que-e-fato-ou-fake-sobre-a-tragedia-no-rio-grande-do-sul.ghtml>. Acesso em: 29 nov. 2024.

WARDLE, C. **Guia essencial da First Draft para entender a desordem informacional**. 2. ed. [S. l.]: First Draft Publisher, 2020. Disponível em: <https://firstdraftnews.org/wp->

content/uploads/2020/07/Information_Disorder_Digital_AW_PTBR.pdf?x75440.

Acesso em: 30 jan. 2024.

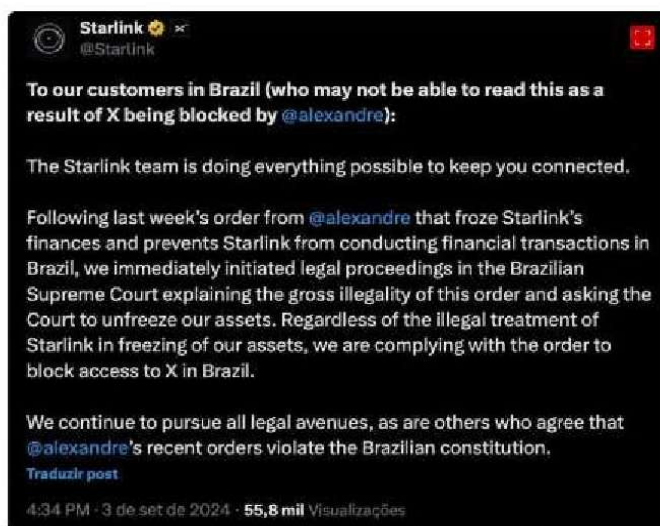
X COMEÇA a voltar a funcionar no Brasil. **CNN Brasil**. Brasília, 8 out. 2024.

Disponível em: [https://www.cnnbrasil.com.br/politica/x-volta-a-funcionar-no-brasil/#:~:text=A%20rede%20social%20X%20voltou,feira%20\(8\)%20no%20Brasil](https://www.cnnbrasil.com.br/politica/x-volta-a-funcionar-no-brasil/#:~:text=A%20rede%20social%20X%20voltou,feira%20(8)%20no%20Brasil).

Acesso em: 12 out. 2024.

YIN, R. K. **Pesquisa qualitativa do início ao fim**. Tradução: Daniel Bueno. Porto Alegre: Penso, 2016.

ANEXO A - POST DA STARLINK NO X SOBRE O CUMPRIMENTO DA DECISÃO DO STF



Starlink falando sobre cumprir a determinação do X na própria rede social • Reprodução/CNN

<https://www.cnnbrasil.com.br/politica/starlink-moraes-brasil/>

ANEXO B - PL 2630/2020 DEIXOU DE SER SOBRE COMBATER AS FAKE NEWS



PL 2630/2020 deixou de ser sobre combater as fake news

Ninguém quer que notícias falsas se espalhem nas redes. Como plataformas de tecnologia, investimos continuamente em recursos e ações concretas e transparentes para combater a desinformação e estamos comprometidas a debater com a sociedade como podemos enfrentar esse desafio juntos.

Reconhecemos os esforços do Congresso Nacional na formulação de uma proposta de lei que ofereça à sociedade meios eficientes de lidar com o problema, mas, da forma como está hoje, o Projeto de Lei 2630/2020 trata pouco do combate à desinformação. Na verdade, o texto, que ficou conhecido como PL das Fake News, passou a representar uma potencial ameaça para a Internet livre, democrática e aberta que conhecemos hoje e que transforma a vida dos brasileiros todos os dias.

Se transformado em lei, o texto que está para ser votado na Câmara dos Deputados irá restringir o acesso das pessoas a fontes diversas e plurais de informação; desestimular as plataformas a tomar medidas para manter um ambiente saudável online; e causar um impacto negativo em milhões de pequenos e médios negócios que buscam se conectar com seus consumidores por meio de anúncios e serviços digitais.

O projeto determina, de modo genérico, que as plataformas remunerem os veículos de imprensa que publicam notícias nas redes. Como está, a proposta deixa em aberto como isso funcionaria na prática – por exemplo, quais os critérios para definir o que são veículos de imprensa elegíveis a receber pelas notícias publicadas nas plataformas. O PL também não reconhece esforços de parcerias que as plataformas estabeleceram ao longo dos anos com veículos de imprensa no Brasil. Isso pode acabar favorecendo apenas os grandes e tradicionais veículos de mídia, prejudicando o jornalismo local e independente, e limitando o acesso das pessoas a fontes diversificadas de informação. Associações de jornalismo e profissionais da imprensa *assinaram um manifesto em 2021* chamando atenção para os efeitos negativos e pedindo a remoção do artigo do texto do projeto, o que até agora não ocorreu.



A moderação de conteúdo on-line é uma tarefa que exige que as plataformas tomem medidas rápidas diante de novas ameaças. Por isso, precisamos de flexibilidade para poder agir para remover conteúdo nocivo. O texto, no entanto, traz exigências severas caso as plataformas tomem alguma medida que seja posteriormente questionada e revertida. O receio de uma enxurrada de processos judiciais levará as plataformas a agir menos na moderação de conteúdo, deixando o ambiente on-line mais desprotegido do discurso de ódio e da desinformação. Isso vai totalmente na contramão das demandas da sociedade pela preservação de um debate público saudável, confiável e em igualdade de condições.

Para completar, milhões de pequenos e médios negócios, como a padaria ou a pizzaria de bairro, não poderão mais anunciar seus produtos com eficiência e a custo baixo na Internet. Um dos artigos do texto impede o uso responsável e equilibrado de dados pessoais – em conformidade com a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD), promulgada após amplo debate pela sociedade – para a entrega eficiente de anúncios e serviços que são cruciais para micro e pequenas empresas e para toda a economia brasileira. Por fim, ao estabelecer regras que se aplicariam apenas às plataformas digitais, o PL 2630 acaba com a democratização da publicidade que foi possível graças à Internet e privilegia alguns grupos de mídia.

O debate sobre as potenciais consequências negativas do PL 2630/2020 é importante e desafiador. Por isso, pedimos que essas preocupações sejam levadas em consideração antes da votação. Como temos feito desde que o PL foi apresentado em 2020, continuaremos trabalhando próximos dos parlamentares brasileiros em prol de uma proposta que beneficie a economia brasileira, a internet livre e aberta e, acima de tudo, todos que usam os meios digitais para empreender, se expressar, se informar e consumir.

Assinam esta carta:

Facebook / Instagram

Google

Mercado Livre

Twitter

ANEXO C - COMO O PL 2.630 PODE PIORAR A SUA INTERNET

09/01/2024, 21:36

Como o PL 2630 pode piorar a sua internet

 Blog do Google Brasil

POLÍTICAS PÚBLICAS

Como o PL 2630 pode piorar a sua internet

Temos sérias preocupações de que o chamado 'PL das Fake News' gere consequências indesejadas e mude a internet que você conhece para pior

27 Abr, 2023 · 8 minutos de leitura

 Compartilhar**Marcelo Lacerda**

Diretor de Relações Governamentais e Políticas Públicas do Google Brasil



O Google trabalha todos os dias para oferecer aos brasileiros informações e produtos confiáveis, combater a disseminação de desinformação, remover conteúdo ilegal quando tomamos conhecimento sobre ele e continuar o diálogo com os diversos setores da sociedade interessados nessas questões. É por isso que apoiamos fortemente os objetivos do Projeto de Lei 2630/2020, mais conhecido por PL

09/01/2024, 21:36

Como o PL 2630 pode piorar a sua internet

das Fake News. Entretanto, estamos muito preocupados com as consequências indesejadas para o país caso o texto atual seja aprovado sem uma discussão aprofundada.

Nesta terça-feira, a Câmara dos Deputados aprovou o pedido de urgência do projeto de lei e, por isso, é fundamental que todos entendam o impacto que essa proposta terá no seu dia-a-dia. Além de estar em desacordo com a forma como outros países estão lidando com essas questões, temos sérias preocupações de que o PL 2630 mude a internet que você conhece para pior e limite a inovação, a liberdade de expressão e a geração de oportunidades econômicas para todos os brasileiros.

Convidamos você a buscar mais informações sobre o tema e nos ajudar a chamar a atenção dos parlamentares no Congresso por meio da hashtag **#MaisDebatePL2630**. A seguir, detalhamos alguns pontos preocupantes que podem impactar como você usa a sua internet hoje.

O atual texto do projeto de lei 2630...

1) Acaba protegendo quem produz desinformação

O PL 2630 vai acabar favorecendo quem produz desinformação ao limitar a aplicação pelas plataformas de suas políticas e termos de uso, inclusive para determinadas contas de interesse público, e ao "blindar" a remoção de conteúdo produzido por "qualquer empresa constituída no Brasil para fins jornalísticos". Na prática, já que o texto não faz distinção entre os diferentes produtores de notícias, seríamos obrigados a manter em nossos produtos conteúdos problemáticos criados por empresas que se apresentam como jornalísticas, mas são especializadas na produção de informações enganosas.

Outros dispositivos do projeto de lei vão ainda mais longe ao exigir que as plataformas paguem por esse mesmo conteúdo. Estamos falando de veículos ou produtores de conteúdo controverso que distorceram fatos em relação à validade das vacinas durante a pandemia da COVID-19 ou que contestaram a integridade das eleições brasileiras de 2022.

O jornalismo é, sem dúvidas, essencial para ajudar a fornecer informações de qualidade às pessoas. Ao lado das empresas, associações e profissionais do ecossistema jornalístico que trabalham em parceria com o Google, poderíamos contribuir ainda mais com a oferta de notícias de alta qualidade no Brasil. O PL 2630 deveria apoiar e encorajar esses esforços, mas a sua proposta atual pode trazer o efeito oposto. Pode até limitar a disponibilidade de informações de qualidade para usuários brasileiros, pois exigiria mudanças significativas em produtos como o Google Notícias e a própria Busca.

2) Coloca em risco o acesso e a distribuição gratuita de conteúdo na Internet

Uma característica essencial do mundo digital é a possibilidade de qualquer pessoa usar a internet para armazenar e compartilhar conteúdos produzidos por elas, como fotos, vídeos e textos. Para que estes conteúdos possam ser exibidos ou distribuídos por plataformas online são necessárias licenças de direitos autorais dos seus criadores. Por exemplo, ao enviar um vídeo para o YouTube, você concede ao Google uma licença de direitos autorais para hospedar seu vídeo e permitir que outras pessoas o assistam.

09/01/2024, 21:36

Como o PL 2630 pode piorar a sua internet

O PL 2630 proíbe esses tipos de licenças de duas maneiras. Uma é exigindo que todas as licenças de direitos autorais para as plataformas sejam concedidas por entidades de gestão coletiva desses direitos, o que significa que criadores e titulares de direitos não podem mais decidir por si mesmos como desejam licenciar ou distribuir os seus trabalhos.

A outra forma é obrigando que todas as licenças de direitos autorais sejam pagas. Nesse sentido, as plataformas não poderiam mais oferecer serviços gratuitos de hospedagem ou compartilhamento de conteúdo sem pagar aos criadores que desejam usar seus produtos. Isso significa que poderá deixar de ser viável financeiramente para as plataformas oferecer serviços gratuitos.

3) Dá amplos poderes a um órgão governamental para decidir o que os brasileiros podem ver na internet

O PL 2630 coloca em risco o livre fluxo de informações na web ao prever a criação de uma "entidade reguladora autônoma" pelo Poder Executivo com funções de monitoramento e regulação da internet. Pela proposta, o órgão terá amplos poderes para limitar o conteúdo disponível aos brasileiros, e contará com baixo nível de supervisão, tornando-se sujeito a abusos.

Além disso, de acordo com o texto, esse órgão pode instituir um "protocolo de segurança", obrigando as plataformas a ceder à entidade de supervisão o controle de suas regras, termos de uso, processos e características dos seus produtos, sem nenhuma checagem ou controle efetivos. Neste período, os pedidos das autoridades poderiam ainda incluir dados sensíveis de usuários, violando a privacidade de pessoas e empresas brasileiras que usam nossos produtos. É um tipo de controle que poderia comprometer seriamente o fluxo livre de informações que existe hoje e que faz da internet um espaço no qual diferentes vozes podem se manifestar.

Ainda, ao estabelecer "protocolos de segurança", essa entidade passa a tornar as empresas de tecnologia responsáveis por danos causados por conteúdo de terceiros, o que significa a suspensão temporária do Marco Civil da Internet. Na prática, o modelo cria um incentivo para que plataformas, como o YouTube, que hospedam conteúdos de usuários, adotem uma moderação excessiva, levando a um maior número de remoções e comprometendo a liberdade de expressão de milhares de criadores que desejam manifestar suas opiniões de forma legítima.

4) Traz sérias ameaças à liberdade de expressão

A proposta atual traz várias disposições que determinam um "dever de cuidado" a ser executado preventivamente pelas plataformas, principalmente, no que se refere aos conteúdos considerados ilegais pela proposta. Se o texto avançar assim, empresas de tecnologia terão que filtrar e moderar conteúdos considerando uma análise legal e assumindo uma função exercida tradicionalmente pelo Poder Judiciário.

Sem os parâmetros de proteção do Marco Civil da Internet e com as novas ameaças de multas, as empresas seriam estimuladas a remover discursos legítimos, resultando em um bloqueio excessivo e uma nova forma de censura.

Quando pensamos no YouTube ou na Busca do Google, que já têm mecanismos de denúncia disponíveis para usuários, a redação atual do PL 2630 cria um sistema que pode incentivar abusos,

09/01/2024, 21:36

Como o PL 2630 pode piorar a sua internet

permitindo que pessoas e grupos mal-intencionados inundem nossos sistemas com requerimentos para remover conteúdos sem nenhuma proteção legal.

A incerteza do que pode ou não ser disponibilizado na internet levaria as empresas a restringir a quantidade de informações disponíveis, reduzindo a representatividade de vozes que existem nas plataformas. Isso violaria diretamente o princípio do acesso livre à informação, o que seria uma grande retrocesso na guerra contra conteúdos enganosos.

5) Prejudica empresas e anunciantes brasileiros

Somente no ano passado, o Google ajudou a gerar mais de 396 milhões de conexões diretas entre consumidores e empresas, por mês, incluindo ligações, orientações, mensagens, agendamentos e avaliações, beneficiando mais de 11 milhões de empresas brasileiras.

Desde o surgimento da internet, a publicidade online tem sido um pilar fundamental da web aberta. Ela permite que bilhões de pessoas em todo o mundo tenham acesso gratuito a produtos e serviços, incluindo conteúdos locais e relevantes para os brasileiros em português.

Os anúncios digitais também são um multiplicador da atividade econômica. De acordo com nosso [Relatório de Impacto Econômico](#) mais recente, a Busca do Google, o Google Play, o YouTube e as plataformas de anúncios do Google tiveram um impacto econômico de R\$ 104,5 bilhões no Brasil em 2021. Parte desse impacto vêm das conexões diretas que nossos produtos ajudam a gerar entre empresas e consumidores.

O PL 2630 pode afetar esse impacto positivo dos anúncios digitais. Caso o texto atual seja aprovado, as empresas brasileiras vão precisar lidar com uma série de novas exigências para utilizar a publicidade digital como parte de sua estratégia de negócios. Por exemplo, foram incluídas apressadamente no texto do projeto normas para regular toda a cadeia de tecnologia de anúncios digitais. Isso pode trazer confusão sobre qual é a responsabilidade de cada ator desse ecossistema e incentivar um aumento desnecessário no custo da publicidade online.

Entre outras exigências, o novo texto prevê ainda que empresas compartilhem muitas informações sobre sua estratégia de marketing, o que criaria mais desafios para as pequenas e médias empresas que usam o digital para competir com empresas maiores.

Nós queremos que as pessoas tenham o poder de tomar decisões bem informadas sobre os anúncios que veem na internet. Isso significa fornecer maior transparência sobre quem são nossos anunciantes, onde estão localizados os anúncios e quais peças de campanha foram exibidas por meio do Google. Nos últimos anos, lançamos várias iniciativas nesse sentido, como atualizações importantes da [Minha Central de Anúncios](#), do [Relatório de Transparência de Anúncios Políticos](#) e da [Central de Transparência de Anúncios](#).

O PL 2630 também diz que apenas empresas com representação local podem anunciar em plataformas digitais no Brasil, impedindo que muitas companhias estrangeiras promovam seus produtos e serviços para brasileiros. Você consegue imaginar não poder ver um anúncio de passagem em um site de viagens estrangeiro ou um produto legal em site de varejo internacional por causa dessa restrição? Ou fazer uma pesquisa por um produto no Google e não ter acesso a um anúncio de que o

09/01/2024, 21:36

Como o PL 2630 pode piorar a sua internet

item está em promoção em um e-commerce fora do país? Em tempos de comércio globalizado, acreditamos que esse tipo de regra vai contra os princípios da livre concorrência, isola o Brasil no mercado internacional e limita as escolhas do consumidor brasileiro.

6) Dificulta o acesso dos brasileiros à Busca do Google ao tratar buscadores como redes sociais

A Busca do Google procura oferecer os resultados mais relevantes e confiáveis possíveis para as pessoas. Usamos sistemas de classificação para atender às expectativas dos usuários de encontrar fontes de informação relevantes e de alta qualidade, além de reduzir a exibição de conteúdo prejudicial ou de baixa qualidade nos resultados de pesquisa. O design desses sistemas, no qual investimos desde a nossa fundação, é nossa maior defesa contra informações de baixa qualidade – incluindo conteúdo ilegal e nocivo.

Na versão atual do PL 2630, os mecanismos de pesquisa são tratados da mesma forma que as redes sociais e os serviços de mensagens instantâneas. Isso acaba causando uma distorção que prejudica a Busca, já que ela tem ferramentas limitadas para remover conteúdos ilegais. Quando identificamos um comentário de ódio, por exemplo, a única ação que podemos tomar é remover a URL dos resultados, enquanto a página continua no ar e somente o proprietário do website poderia fazer a remoção.

Igualar buscadores a redes sociais também impõe aos buscadores um dever inviável de monitorar proativamente toda a internet em busca de determinados tipos de conteúdo considerados ilegais pela regulação. Isso, inevitavelmente, levaria a um bloqueio massivo de páginas potencialmente legítimas, já que em se tratando de temas controversos, como imagens fortes, mas que na verdade fazem parte de reportagens jornalísticas, seriam bloqueados para evitar possíveis sanções.

Por fim, o texto estabelece obrigações de remuneração de direitos autorais pelo uso de quaisquer obras literárias, artísticas ou científicas por plataformas e provedores. Se for aplicada aos sistemas de busca, esta obrigação pode ter efeitos significativos na disponibilidade desses conteúdos. A medida desconsidera o papel fundamental e gratuito que ferramentas como a Busca desempenham ao ajudar a divulgar o conteúdo produzido por milhões de criadores diariamente, incluindo os produtores de notícias.

Entendemos a urgência de lidar com questões tão importantes, como o problema da desinformação, e continuamos empenhados em contribuir com o debate público, inclusive com a criação de novas leis. O texto atual, porém, acabou se desviando de seu objetivo original de combater a desinformação, trazendo de forma apressada novos dispositivos sem discussão ampla com a sociedade, inclusive sem passar pelas comissões da Câmara dos Deputados.

Criar uma legislação que tem o potencial de mudar profundamente a forma como milhões de brasileiros, empresas e empreendedores usam a internet é uma responsabilidade compartilhada que precisa ser feita de forma colaborativa e construtiva para atingirmos o equilíbrio certo. Fale com o seu deputado ou deputada e nos ajude a chamar a atenção para os potenciais impactos do PL 2630 com a hashtag **#MaisDebatePL2630**.

ANEXO D - AÇÃO ENTRE AMIGOS: GOOGLE E FACEBOOK FIZERAM ACORDO SECRETO. ENTENDA O CASO

03/09/2024, 23:53

Ação entre amigos: Google e Facebook fizeram acordo secreto. Entenda o caso | Exame

Tecnologia

EXAMELAB INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL

as empresas, mostram documentos entregues à justiça



Google: empresa faz parecer que o modo de navegação privada dá aos usuários mais controle sobre seus dados, diz advogada (NurPhoto / Colaborador/Getty Images)



AO **Agência O Globo**
Publicado em 18 de janeiro de 2021 às 20h43.

Em 2017, o **Facebook** revelou que estava testando uma nova maneira de vender publicidade on-line que ameaçaria o controle do **Google** sobre o mercado de anúncios digitais. Mas, menos de dois anos depois, o Facebook deu meia-volta e disse que estava se juntando a uma aliança de empresas que apoiavam um esforço semelhante do Google.

03/09/2024, 23:53

Ação entre amigos: Google e Facebook fizeram acordo secreto. Entenda o caso | Exame

APRESENTADO POR **VEDUTA RESIDENCIAL****Conheça o residencial em Jundiaí, refúgio de paulistanos de alta renda**

O **Facebook** nunca disse por que desistiu de seu projeto, mas as evidências apresentadas em um processo antitruste movido por dez procuradores-gerais de estados americanos no mês passado indica que o Google ofereceu ao Facebook, seu rival mais próximo em no setor de publicidade digital, um excelente acordo para ser seu parceiro.

Veja também

STF julga transfusão de sangue para Testemunhas de Jeová, e sigilo de buscas em setembro

Google anuncia investimento de US\$ 850 milhões em centro de dados no Uruguai

Google Meet começa a liberar nova função de anotações automáticas com IA

Os detalhes do acordo, baseados em documentos que o gabinete do procurador-geral do Texas disse ter descoberto como parte do processo, foram apresentados na queixa apresentada no tribunal federal do Texas no mês passado. Mas eles não foram ocultados em uma versão preliminar do processo, vista pelo New York Times.

Executivos de seis das mais de 20 empresas parceiras da aliança com o **Google** disseram ao NYT que seus acordos com a gigante de buscas não incluíam muitos dos termos generosos que o Facebook recebeu, obtendo uma vantagem significativa sobre o resto deles.

Outros aliados ficaram de fora

Os executivos, que falaram sob condição de anonimato para evitar prejudicar suas relações comerciais com o Google, também disseram não saber que o Google concedeu tais vantagens ao Facebook. A clara disparidade no modo como suas empresas eram tratadas pelo Google em comparação com o Facebook não havia sido relatada antes.

A divulgação do acordo entre as duas gigantes da tecnologia renovou as preocupações sobre como as maiores empresas do setor se unem para eliminar a concorrência. Os acordos costumam definir vencedores e perdedores em vários mercados de serviços e produtos de tecnologia. Eles são detalhados em particular, com os termos cruciais do negócio ocultos por meio de cláusulas de confidencialidade.

O **Google** e o **Facebook** disseram que esses acordos são comuns na indústria de publicidade digital e que não impedem a concorrência.

Julie Tarallo McAlister, porta-voz do Google, disse que a reclamação "deturpa este acordo, assim como muitos outros aspectos de nosso negócio de tecnologia de publicidade". Ela acrescentou que o Facebook é uma das muitas empresas que participam do programa liderado pelo **Google** e que o Facebook é parceiro em alianças semelhantes com outras empresas.

Christopher Sgro, porta-voz do Facebook, disse que acordos como o do Google "ajudam a aumentar a competição em leilões de anúncios", o que beneficia anunciantes e editores.

— Qualquer sugestão de que esse tipo de acordo prejudica a concorrência é infundada — disse ele.

O Google e o Facebook se recusaram a entrar em detalhes sobre os detalhes de seu acordo.

A onda de recentes casos antitruste movidos contra o Google e o Facebook lançou um holofote sobre negócios lucrativos entre as **Big Techs**. Em outubro, o Departamento de Justiça processou o Google mencionando um acordo com a Apple para apresentar o Google como o mecanismo de busca pré-selecionado em iPhones e outros dispositivos.

— Esta ideia de que as principais plataformas de tecnologia estão competindo fortemente umas com as outras é muito exagerada - disse Sally Hubbard, ex-procuradora-geral assistente do escritório antitruste de Nova York e que agora trabalha no Open Markets Institute, uma consultoria de estudos. — De muitas maneiras, elas reforçam o poder mútuo dos monopólios."

O **Google** e o **Facebook** foram responsáveis por mais da metade de todos os gastos com publicidade digital em 2019. Além de exibir anúncios em suas próprias plataformas, como no mecanismo de pesquisa do Google e na página inicial do Facebook, sites, desenvolvedores de aplicativos e editores contam com as empresas para garantir a publicidade para suas páginas.

Publicidade programática

O acordo entre o Facebook e o Google, de codinome “**Jedi Blue**” dentro do Google, diz respeito a um segmento crescente do mercado de publicidade on-line chamado publicidade programática. A publicidade on-line arrecada centenas de bilhões de dólares em receita global a cada ano, e a compra e venda automatizada de espaços publicitários responde por mais de 60% do total, segundo estudos.

Nos milissegundos entre o clique de um internauta em um link de uma página da web e o carregamento dos anúncios dessa página, os lances para o espaço de anúncios disponível são colocados nos bastidores em marketplaces conhecidos como de trocas (exchanges), com o lance vencedor passado para um servidor de anúncios.

Como os serviços de marketplace e de servidores de **anúncios do Google** eram os dominantes, muitas vezes o esquema direcionava os negócios para seu próprio negócio de publicidade.

Com isso, um método chamado "lances de cabeçalho" (header bidding) surgiu, em parte como uma solução alternativa para reduzir a dependência das plataformas de anúncios do Google.

Os veículos de notícias e outros sites podem solicitar lances de vários marketplaces do setor ao mesmo tempo, ajudando a aumentar a concorrência e levando a melhores preços para os editores. Em 2016, mais de 70% dos editores haviam adotado a tecnologia, de acordo com uma estimativa.

Vendo uma perda de negócios potencialmente significativa devido ao novo esquema, o Google desenvolveu uma alternativa chamada **Open Bidding**, (lances abertos) que apoiava uma aliança de marketplaces.

Por um lado o Open Bidding permite que outros concorram simultaneamente com o Google, mas a gigante de buscas cobra uma taxa para cada lance vencedor, e os concorrentes dizem que assim há menos transparência para os editores.

Como o acordo foi decidido

Mas como o **Facebook** entra nessa história?

A possibilidade de o Facebook, um dos maiores compradores de anúncios na internet, apoiar o novo esquema de lances da concorrência era uma grande preocupação no Google. O processo preliminar visto pelo NYT citava um e-mail de um executivo do Google chamando-o de "ameaça existencial" que exigia uma abordagem crucial.

Então o Facebook anunciou em março de 2017 que estava testando os lances de cabeçalho com editores de jornais e revistas como The Washington Post, Forbes e The Daily Mail. O

03/09/2024, 23:53

Ação entre amigos: Google e Facebook fizeram acordo secreto. Entenda o caso | Exame

Facebook também atacou o Google, dizendo que a indústria de publicidade digital vinha entregando lucros a “intermediários terceirizados que fazem as regras e ofuscam a verdade”.

Antes de o Google e o Facebook assinarem o acordo em setembro de 2018, os executivos do Facebook delinearam as opções da empresa a **Mark Zuckerberg**, seu presidente-executivo, de acordo com o rascunho do processo: contratar mais centenas de engenheiros e gastar bilhões de dólares para competir com o Google; sair do negócio; ou fazer um acordo.

O Facebook divulgou que se juntara ao programa do Google em postagem do blog oficial de dezembro de 2018. Mas não revelou que o Google, de acordo com o rascunho do processo, forneceu ao Facebook informações especiais e vantagens em tempo para ajudar a empresa a ter sucesso nos leilões que não ofereceu a outros parceiros - inclusive com uma “taxa de vitória” garantida.

Nesse mercado, onde as frações de segundo contam, a vantagem do tempo era decisiva. O Facebook tinha 300 milissegundos para licitar anúncios, de acordo com documentos judiciais. Mas os executivos das empresas parceiras do Google disseram que normalmente têm apenas 160 milissegundos ou menos para fazer o lance.

O Facebook tinha mais uma vantagem: relações de cobrança direta com os sites onde os anúncios apareceriam, de acordo com os documentos judiciais. Para a maioria dos outros parceiros, o Google controlava as informações de preços, efetivamente erguendo uma barreira entre os participantes do Open Bidding e os proprietários do site e escondendo quanto dos lances vencedores os sites acabavam recebendo, disseram os executivos de outras empresas.

O Google concordou em ajudar o Facebook a entender melhor quem veria os anúncios, ajudando a empresa a identificar 80% dos usuários de celulares e 60% dos usuários da web, afirmam os documentos. Mas vários outros parceiros disseram que tiveram pouca ajuda para entender quem estava vendo seus anúncios.

Adam Heimlich, executivo-chefe da Chalice Custom Algorithms, uma empresa de consultoria de marketing e ciência de dados, disse que o acordo deu ao **Facebook** tanta vantagem que foi como permitir que a rede social "iniciasse todos os torneios nas finais".

O Facebook prometeu dar lances em pelo menos 90% dos leilões quando pudesse identificar o usuário final e se comprometer a gastar uma certa quantia de dinheiro - até US\$ 500 milhões por ano até o quarto ano do acordo, de acordo com os documentos do processo.

O Facebook também exigiu que os dados sobre seus lances não fossem usados pelo Google para manipular leilões em seu próprio favor, uma situação não prometida explicitamente a

03/09/2024, 23:53

Ação entre amigos: Google e Facebook fizeram acordo secreto. Entenda o caso | Exame

outros parceiros do Open Bidding.

Vitória garantida

Talvez a alegação mais séria no processo seja que as duas empresas haviam predeterminado que o Facebook ganharia uma porcentagem fixa dos leilões em que licitou.

“Sem o conhecimento de outros participantes do mercado, não importa quão altos sejam os lances os outros possam dar, as partes concordaram que o martelo baterá a favor do Facebook um determinado número de vezes”, diz o texto preliminar da ação judicial.

Uma porta-voz do Google disse que o Facebook deve fazer o lance mais alto para vencer um leilão, assim como seus outros parceiros de troca e rede de anúncios.

Embora ambas as empresas tenham dito que o negócio não é uma questão antitruste, elas incluíram uma cláusula no acordo que exige que as partes “cooperem e ajudem” umas às outras se forem investigadas por questões de concorrência na parceria.

“A palavra 'antitruste' é mencionada pelo menos 20 vezes” ao longo do acordo, diz o texto preliminar do processo.

Acompanhe tudo sobre: Anúncios publicitários, Facebook, Google, mark-zuckerberg



APRESENTADO POR APEXBRASIL

Brasil deve alcançar corrente de comércio de US\$ 1 trilhão até 2027

PRÓXIMO >

ANEXO E - MUSK ALIA INTERESSES COMERCIAIS A INCLINAÇÕES POLÍTICAS SOB O MANTO DA LIBERDADE DE EXPRESSÃO

Musk alia interesses comerciais a inclinações políticas sob o manto da liberdade de expressão

Bilionário, que está em embate com STF, se alinha a políticos de direita que defendem desregulamentação e abertura de mercados para Tesla e Starlink

8.set.2024 às 12h39

Enquanto se apresenta como o paladino da liberdade de expressão no mundo, o bilionário [Elon Musk](#) protege seus interesses comerciais e promove seus aliados políticos no Brasil, nos Estados Unidos e na [Europa](#).

Homem mais rico do mundo e pioneiro nos campos de viagens espaciais ([SpaceX](#)), satélites de baixa altitude (Starlink), carros elétricos ([Tesla](#)) e implantação de chips no cérebro (Neuralink), o sul-africano de 53 anos mantinha posições políticas discretas e tendia para a centro esquerda. Cidadão americano desde 2002, declarava voto no Partido Democrata.

A conversão de Musk de gênio excêntrico em megafone da extrema direita global se deu a partir da pandemia de Covid-19, em 2020. "O pânico com o coronavírus é idiota", disse Musk em um tuíte. Naquela época, como conta seu biógrafo Walter Isaacson em "Musk", o bilionário se insurgiu contra as ordens de fechar sua fábrica da Tesla na Califórnia e desafiou o delegado local a prendê-lo.

Ao longo de 2021, o bilionário fez várias postagens em redes sociais

criticando Joe Biden e o governo por supostas injustiças contra suas empresas.

O fato de Biden ter recebido na Casa Branca montadoras de Detroit para celebrar carros elétricos –e ignorar a Tesla, maior fabricante desses veículos no país– acabou de azedar a relação. A Tesla havia instituído várias medidas que desestimulavam os funcionários a se sindicalizarem, e Biden não queria irritar o poderoso sindicato.

Até então, Musk tinha sido um grande apoiador de políticos progressistas. Na eleição de 2020, ainda declarou apoio a Biden.

Mas já estava migrando gradualmente para a direita. Iniciou uma cruzada contra o "woke", expressão usada de forma pejorativa para designar os exageros do politicamente correto.

"A menos que o vírus da mentalidade woke, que é anticiência, antimérito e anti-humano, seja contido, a civilização jamais se tornará multiplanetária", disse a Isaacson.

Um dos motivos para essa guinada foi sua oposição à [transição de gênero da filha Vivian Jenna](#), que rompeu relações com o pai.

Em maio de 2022, abandonou oficialmente os democratas. "No passado, votei nos democratas, porque eram (na maioria) o partido da gentileza", tuitou. "Mas se tornaram o partido da divisão & do ódio, por isso não posso mais apoiá-los e vou votar nos republicanos".

Segundo Isaacson, Musk escreveu isso quando estava a caminho do Brasil para se reunir com o então presidente [Jair Bolsonaro](#) (PL).

Pouco depois, o bilionário afirmou que iria votar nos republicanos na eleição legislativa de novembro de 2022 já que "houve ataques

gratuitos de líderes democratas contra mim e esnobaram a Tesla e a Space X".

[Com a conclusão da compra do Twitter](#), que ele rebatizou de X, em outubro de 2022, sua transformação em profeta da nova direita se completou. Na época, ele acusou plataforma de ter um "forte viés de esquerda" e disse que iria reduzir a moderação de conteúdo para defender a liberdade de expressão.

Uma das primeiras medidas ao assumir foi restabelecer a conta de Trump. O republicano havia sido suspenso após usar as redes para incitar seus apoiadores a contestar os resultados da eleição presidencial de 2020. O movimento culminou no ataque ao [Capitólio](#) em 6 de janeiro de 2021, que deixou 5 mortos.

Também começou a se pronunciar sobre questões internacionais e interagir com o primeiro-ministro da Hungria, Viktor Orban. Abraçou vários temas caros à extrema direita –críticas a um suposto racismo contra brancos, à "ideologia de gênero" e a imigrantes.

Disseminou a teoria conspiratória de que Biden estimula a imigração indocumentada para "criar eleitores de esquerda". Outra obsessão é a queda da taxa de natalidade da população branca. Ele tem 12 filhos. "Estou fazendo o melhor que posso para combater a crise de subpopulação", disse.

No Reino Unido, amplificou postagens de extremistas anti-imigração após um ataque contra meninas em uma escola de dança que levou a protestos violentos. Advertido pelo comissário europeu Thierry Breton, respondeu com um meme e um xingamento.

De acordo com um levantamento do jornal Wall Street Journal, as postagens de Musk sobre política aumentaram 230 vezes em 2024 na comparação com 2019. Antes, ele publicava principalmente

informações sobre suas empresas, piadas e memes.

Musk tem 196,5 milhões de seguidores no antigo [Twitter](#). O fato de ele fazer campanha abertamente a favor de Trump e contra Kamala Harris tem gerado discussões sobre o potencial do bilionário influenciar na eleição americana, ao desequilibrar a disputa. Como dono da rede social, ele já determinou a engenheiros que ampliassem alcances de seus posts e os promovessem.

Ele anunciou apoio a Trump em julho, logo após o [republicano sofrer uma tentativa de assassinato](#) em comício. Em agosto, bajulou o republicano em uma entrevista de mais de duas horas no Spaces do X. E contratou um estrategista republicano para ajudá-lo a incentivar votos em Trump.

Considerações empresariais explicam parte da conversão de Musk. Como outros bilionários do Vale do Silício, principalmente os amigos que criaram com ele o PayPal, Musk se tornou crítico de Biden pela política mais intervencionista dos democratas na economia, especialmente tentativas de regulação de tecnologia.

No governo Biden, a Tesla foi investigada pelo Departamento de Justiça e a Comissão de Valores Mobiliários. A percepção é que Trump repetiria o ímpeto desregulatório de seu primeiro mandato. Musk até se ofereceu para participar de uma "comissão de eficiência" no governo que Trump promete implementar se for eleito.

Sua defesa da liberdade de expressão é seletiva. Musk não critica a muralha digital que proíbe o acesso ao X e outras plataformas na China —50% dos veículos da Tesla são produzidos na fábrica em Xangai.

Na Índia e na Turquia, onde os líderes são de direita, o bilionário removeu inúmeras contas e postagens a pedido do governo, muitas

vezes sem ordem judicial, e não reclamou. "Nós não podemos violar as leis do país", disse Musk sobre a Índia, em abril de 2023.

Nos EUA, segundo o Washington Post, o X está restringindo ou classificando como "spam" contas de apoio a Kamala.

"Musk é um absolutista da liberdade de expressão quando convém", diz Caio Machado, pesquisador das universidades Harvard e Oxford. "E ele se sente autorizado a usar a infraestrutura que detém (satélites, rede social) para coagir países e governos."

Também na América Latina os negócios do bilionário andam de mãos dadas com sua cruzada anti-esquerda. "Vamos dar golpe em quem quisermos. Lide com isso", escreveu Musk em 2020 ao responder a um post acusando Washington de ter deposto o então presidente esquerdista Evo Morales para se apropriar [das reservas de lítio](#).

A Bolívia [tem 29% das reservas mundiais do minério](#), essencial para baterias de carros elétricos. A Tesla tentou entrar no mercado boliviano, onde operam hoje empresas chinesas e russas.

Em abril deste ano, Musk e o presidente argentino Javier Milei se encontraram no Texas e prometeram promover o "livre mercado" e projetos de exploração de lítio –a Argentina é outra com grandes reservas.

Também no Brasil, seus interesses comerciais misturam-se com suas inclinações políticas.

Em novembro de 2021, o então ministro das Comunicações, Fábio Faria, se reuniu com Musk na sede da Tesla nos EUA e anunciou que o governo queria fazer parcerias com a Starlink para uso de satélites no monitoramento da Amazônia e conexão de escolas.

Pouco depois, em janeiro de 2022, a Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel) aprovou o uso de satélites da Starlink.

Dali a quatro meses, Musk veio ao Brasil para se reunir com Bolsonaro e empresários em um hotel de luxo perto de São Paulo. O bilionário foi condecorado com a medalha da Ordem do Mérito da Defesa pelo Ministério da Defesa.

Em julho de 2022, o governo Bolsonaro baixou o decreto 11.120, que facilita a exportação de lítio do país. O Brasil detém a oitava maior reserva de lítio do mundo.

A Tesla expressou interesse em investir na Sigma Lítio, que opera na exploração do minério no vale do Jequitinhonha. A BYD, fabricante chinesa de veículos elétricos, também entrou no páreo. Nenhum acordo foi divulgado até agora.

Em março de 2022, ainda durante o governo Bolsonaro, a Tesla assinou um acordo com a mineradora brasileira Vale para fornecimento preferencial de níquel, outra matéria-prima para baterias de veículos elétricos. O minério é proveniente das operações da brasileira Vale no Canadá.

A [Starlink teve crescimento meteórico](#) –passou de 26.694 acessos em abril de 2023 para 224.458 acessos em agosto deste ano (alta de 740%), segundo a Anatel. É a única maneira de acessar a internet em várias localidades da Amazônia e é usada por produtores agrícolas em diversas regiões.

Já no mandato de Lula, Musk apareceu de surpresa em uma reunião por Zoom com integrantes do governo logo após [os ataques de 8](#) de janeiro de 2023. Apesar de pedidos, não retirou postagens incitando à destruição do Congresso e intervenção militar. Durante a conversa, ele teria ressaltado "a importância de defender a liberdade de

expressão".

Desde então, os embates do bilionário com o ministro [Alexandre de Moraes](#), do Supremo Tribunal Federal, e o governo vêm escalando.

Em abril, após Moraes ameaçar tirar o X do ar se Musk não cumprisse [ordens de remoção de contas e posts](#), o bilionário chamou o juiz de "ditador do Brasil" e [disse que descumpriria decisões judiciais brasileiras](#).

Bolsonaro fez uma live afirmando que o bilionário havia encampado a luta pela liberdade no país. "A nossa liberdade, em grande parte, está nas mãos dele", disse.

[Em maio, a área técnica da Anatel abriu procedimento](#) para avaliar impactos da possível expansão de serviços de internet via satélite da Starlink no Brasil.

O descumprimento de ordens judiciais pelo X culminou [na ordem de Moraes para bloquear o aplicativo no país](#), no dia 30 de agosto.

Enquanto isso, algumas das promessas de Musk no país empacaram. Após se reunir com Bolsonaro em maio de 2022, Musk anunciou pelo X "[o lançamento da Starlink para 19 mil escolas desconectadas](#)" na Amazônia.

Procurado, o Ministério da Educação afirmou que o projeto não saiu do papel. O Ministério das Comunicações informou que não tem contrato com a Starlink e nenhum dos seus programas utiliza atualmente o serviço.

ANEXO F - O X FOI TRANSFORMADO EM UMA FERRAMENTA DO PROJETO POLÍTICO DE ELON MUSK

16/09/2024, 11:06

O X foi transformado em uma ferramenta política de Elon Musk



João Filho

O X foi transformado em uma ferramenta do projeto político de Elon Musk

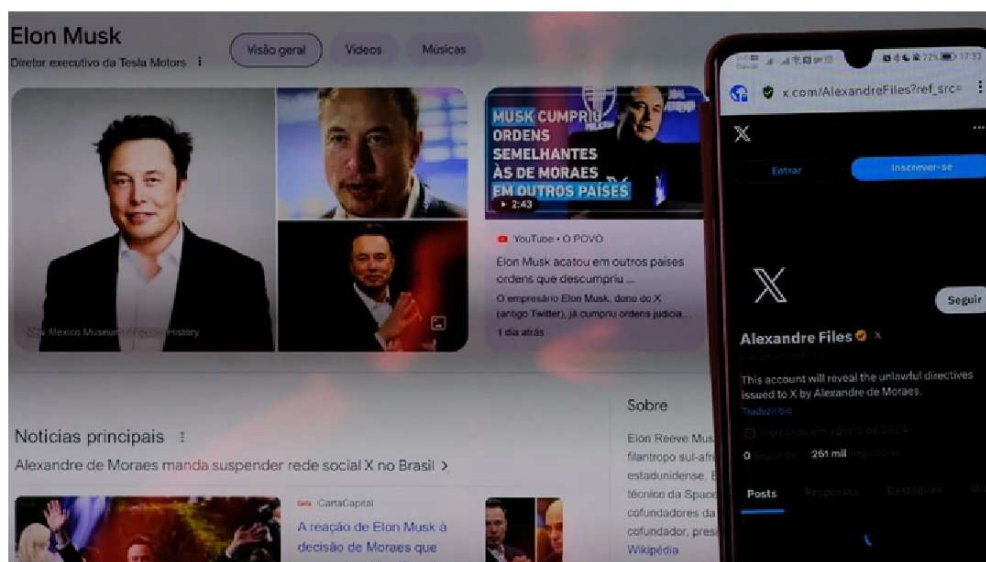
Bilionário insufla discurso extremista contra as democracias e pratica censura em ditaduras. Brasil lidera uma reação.



[João Filho](#)

7 de set de 2024, 08h00

QUERO APOIAR



<https://www.intercept.com.br/2024/09/07/ferramenta-politica-de-elon-musk/>

1/12

16/09/2024, 11:06

O X foi transformado em uma ferramenta política de Elon Musk

No mês passado, a Inglaterra viveu dias de terror com uma **onda de ataques promovidos por grupos fascistas** em diversas cidades. Depois que três crianças foram esfaqueadas e mortas, espalhou-se nas redes sociais uma informação falsa: o autor do crime seria um imigrante islâmico.

Foi o suficiente para que militantes da **extrema direita saíssem** às ruas para atacar violentamente imigrantes, incendiar carros, destruir mesquitas e confrontar policiais. Os ataques foram combinados principalmente pelo Telegram de Pavel Durov e pelo X de Elon Musk – dois espaços em que os fascistas podem desfrutar da tal liberdade expressão absoluta.



Musk deixou claro o que pensa. Em vídeo publicado no Twitter em que extremistas aparecem apontando rojões contra policiais, ele **postou um comentário** decretando que “a guerra civil é inevitável” no Reino Unido.

O primeiro-ministro britânico, Keir Starmer, respondeu que “não há justificativa” para a observação do bilionário e que há mais coisas que as

16/09/2024, 11:06

O X foi transformado em uma ferramenta política de Elon Musk

empresas de mídia social “podem e devem fazer”.

Segundo o governo britânico, Twitter e Telegram não agiram com rapidez suficiente para remover o “material criminoso” mesmo após dias de protestos e precisam “assumir essa responsabilidade”.

Musk passou então a atacar diretamente o primeiro-ministro, **alimentando uma conspiração** de que a polícia estava, por ordem dele, tratando com mais severidade os “manifestantes” brancos de extrema direita do que as minorias do país.

Durante a onda de violência, a esposa de um vereador do partido conservador britânico **escreveu** no Twitter que os hotéis que abrigam refugiados deveriam ser incendiados e arrematou: “se isso me torna racista, que assim seja”.

Diferentes países estão se levantando contra o vale tudo dos bilionários donos de rede social.

Ela foi condenada por incitar violência e racismo depois de confessar o crime em um julgamento. Mesmo assim, o Twitter não considerou que ela violou suas regras. Um outro extremista foi condenado a 38 meses de prisão após confessar ter compartilhado as mesmas mensagens. Musk foi ao Twitter para criticar a decisão judicial, chamando-a de “confusa”.

Disseminação de desinformação

No final do ano passado, a União Europeia abriu uma **investigação contra o Twitter** por falta de transparência e disseminação de desinformação. A conclusão foi a de que a plataforma está violando as leis locais.

16/09/2024, 11:06

O X foi transformado em uma ferramenta política de Elon Musk

Musk então fez acusações de chantagem contra o bloco europeu: “A Comissão Europeia ofereceu ao Twitter um acordo secreto ilegal: se censurássemos discretamente a fala sem contar a ninguém, eles não nos multariam”.

Esse é o padrão do afrontamento que o bilionário impõe contra vários países do mundo. Musk tem saído por aí atacando governos e desrespeitando frontalmente a legislação dos países em que suas empresas atuam.

Claro que há exceções. A depender dos seus interesses políticos e/ou financeiros, ele pode ser dócil a um ditador ou parceiro de um governante alinhado à extrema direita. O Twitter foi transformado em uma ferramenta desse projeto político de Musk.

Mas é bom que Musk coloque as barbas de molho. Estados de diferentes países estão se levantando contra o vale tudo dos bilionários donos de rede social. Pavel Durov, dono do Telegram, **foi preso** pela justiça francesa por ser cúmplice de crimes cometidos por meio da sua plataforma como tráfico de drogas, lavagem de dinheiro e pornografia infantil.

Tudo isso porque, em nome da liberdade de expressão absoluta, Durov se recusa a implantar qualquer tipo de moderação no aplicativo e a compartilhar documentos exigidos pelas autoridades.

LEIA TAMBÉM:

- **Elon Musk não desafia apenas o STF – mas a soberania nacional**
- **Pablo Marçal e Elon Musk não estão acima da lei**
- **Elon Musk lucra com a vigilância estatal que diz combater**

16/09/2024, 11:06

O X foi transformado em uma ferramenta política de Elon Musk

O Brasil pode se orgulhar em ser um dos países em que o estado está agindo para frear o ímpeto fascistoide do homem mais poderoso do mundo. Musk tentou fazer suas próprias leis e conspirar contra o estado brasileiro, mas está sendo devidamente enquadrado pelo judiciário.

O Twitter foi suspenso do Brasil porque se recusa a bloquear perfis de investigados que conspiravam contra instituições democráticas e por descumprir sistematicamente decisões judiciais. Musk se recusa a pagar as multas – que hoje somam mais de **R\$ 18 milhões** – e a apresentar um representante legal da empresa no país.

Carole Cadwalladr, colunista do The Guardian, **exaltou a reação do Brasil**: “É a primeira vez que um país ocidental impõe tal proibição (...). E, apesar dos esforços de Musk para retratar isso como o trabalho de um ‘psejudojuiz não eleito’ que quer destruir a liberdade de expressão para ‘fins políticos’, na verdade, isso se deve a outro conceito antiquado com o qual Musk não está familiarizado: o estado de direito”.

O homem mais rico do planeta é hoje o principal líder da extrema direita mundial.

Mesmo com a suspensão do Twitter no Brasil, Musk segue atacando de maneira agressiva o ministro Alexandre de Moraes e até o presidente Lula, que nada tem a ver com as decisões da justiça.

Depois de passar meses **atacando Moraes** de todas as maneiras possíveis, o empresário agora se sente à vontade para fazer ameaças contra o governo brasileiro **em sua rede social**.

Nesta semana, ele insinuou que irá agir de alguma maneira para apreender ativos do governo brasileiro: “A não ser que o governo brasileiro devolva propriedades

16/09/2024, 11:06

O X foi transformado em uma ferramenta política de Elon Musk

ilegais apreendidas do X e do SpaceX, nós vamos buscar reciprocidade na apreensão de ativos do governo também. Espero que Lula goste de voos comerciais”.

Trata-se de um gângster internacional que tem o apoio maciço do bolsonarismo e é tratado por parte da imprensa brasileira como um ativista da liberdade de expressão.

O homem mais rico do planeta é hoje o principal líder da extrema direita mundial, tendo roubado o posto que era de Steve Bannon – esquecido depois que foi preso e rompeu com Donald Trump.

Musk é um king kong **chapado de ketamina** com um metralhadora nas mão, disposto a destruir democracias em nome da sua ideologia disruptiva. Ele comprou uma das redes sociais mais influentes do mundo e deu passe livre para o esgoto nazifascista poder atacar negros, judeus, gays e todas às minorias que, segundo eles, ameaçam a civilização ocidental.

A prisão de Durov na França e o levante da justiça brasileira contra Musk sinalizam que os bilionários poderão começar a encontrar resistência em outros lugares do mundo. Talvez estejamos diante do início do fim de uma era de impunidade das empresas de mídia social.

O QUE ENFRENTAMOS AGORA

O Intercept está vigiando manobras eleitorais inéditas da extrema direita brasileira.

Os golpistas estão de cara nova, com seus ternos e sapatênis. Eles aprenderam estratégias sofisticadas de marketing digital para dominar a internet, que estão

16/09/2024, 11:06

O X foi transformado em uma ferramenta política de Elon Musk

testando agora nas eleições municipais.

O objetivo final? Dominar bases de poder locais para tomar a presidência e o congresso em 2026.

Não se deixe enganar: Bolsonaro era fichinha perto dos fascistas de sapatênis...

O Intercept não pode poupar esforços para investigar e expor os esquemas que colocam em risco nossos direitos e nossa democracia.

Já revelamos as mensagens secretas de Moro na Lava Jato. Mostramos como certas empresas e outros jornais obrigavam seus trabalhadores a apoiarem Bolsonaro. E expusemos como Pablo Marçal estava violando a lei eleitoral.

Mas temos pouco tempo, e muito mais a revelar. Agora precisamos de recursos para colocar mais repórteres nas ruas. Para isso, precisamos de sua ajuda. Somos financiados por nossos leitores, não pelas empresas ricas que mandam em Brasília.

Faça parte do nosso time para causar o impacto eleitoral que você não verá em nenhum outro lugar! Faça uma doação de qualquer valor ao Intercept hoje mesmo!

[APOIE O INTERCEPT HOJE! >](#)

TEMAS RELACIONADOS

[Direitos](#)[Poder](#)[Tecnologia](#)[Elon Musk](#)[Extrema direita](#)[Twitter](#)

**ANEXO G - INQUÉRITO 4933 DISTRITO FEDERAL - DECISÃO DO MINISTRO
ALEXANDRE DE MORAES**

INQUÉRITO 4.933 DISTRITO FEDERAL

RELATOR : **MIN. ALEXANDRE DE MORAES**
AUTOR(A/S)(ES) : SOB SIGILO
PROC.(A/S)(ES) : SOB SIGILO
INVEST.(A/S) : SOB SIGILO
ADV.(A/S) : SOB SIGILO

DECISÃO

Trata-se de pedido de abertura de inquérito formulado pela Procuradoria-Geral da República, *“para apuração dos fatos veiculados nesta Representação Criminal, por meio da qual a Câmara dos Deputados, representada por seu Presidente, encaminha notícia criminis em face de TODOS OS DIRETORES E DEMAIS RESPONSÁVEIS DA GOOGLE BRASIL E TELEGRAM BRASIL que tenham participado da campanha contra o Projeto de Lei n. 2.630/2020, conforme os fatos a seguir descritos e que traduzem potencialidade delitiva”*.

O Parquet se manifestou no seguinte sentido:

“A Câmara dos Deputados, representada formalmente por seu Presidente Arthur Lira, encaminhou à Procuradoria-Geral da República notícia-crime, na qual consta que a Google Brasil e a Telegram Brasil têm realizado contundente e abusiva ação contra a aprovação do Projeto de Lei n. 2.630/2020.

Esclarece que os representados visam a resguardar seus interesses econômicos e *“têm lançado mão de toda sorte de artifícios em uma sórdida campanha de desinformação, manipulação e intimidação, aproveitando-se de sua posição hegemônica no mercado”*.

Destaca que foi realizado um estudo pelo Laboratório de Estudos, de Internet e Mídia Sociais da Universidade Federal do Rio de Janeiro, por meio do qual concluíram que as *“plataformas estão usando todos os recursos possíveis para impedir a aprovação do PL 2630 porque o que está em jogo são os bilhões arrecadados com publicidade digital que atualmente não possuem nenhuma regra, restrição ou obrigação de*

INQ 4933 / DF

transparência, deixando anunciantes e consumidores vulneráveis aos seus interesses econômicos”

O mencionado estudo sugere que a “Google vem se aproveitando de sua posição de liderança no mercado de buscas para propagar suas ideias e influenciar negativamente a percepção dos usuários sobre o projeto de lei em prol de seus interesses comerciais, o que pode configurar abuso de poder econômico”.

Relata que, no dia 1º de maio de 2023, na sua página inicial de buscas, a Google Brasil disponibilizou um link com o seguinte texto: “o PL das fake news pode aumentar a confusão sobre o que é verdade ou mentira no Brasil”.

Informa que tal link remete a uma matéria assinada pelo Diretor de Relações Governamentais e Políticas Públicas da Google Brasil, Senhor Marcelo Lacerda, na qual ele teria: (a) afirmado falsamente que o PL n. 2.630/2020 aumenta a desinformação e busca proteger quem a produz; (b) conclama a necessidade de “melhorar o texto do projeto de lei”, disponibilizando novo link que remete ao Portal da Câmara dos Deputados, com o intuito de pressionar os Parlamentares; e (c) publicado uma segunda reportagem intitulada: “Saiba como o PL 2630 pode piorar a sua internet”.

Aduz que a Telegram Brasil, por sua vez, no dia 9 de maio de 2023, publicou em sua conta no Twitter, bem como disparou mensagem em massa aos seus milhões de usuários, “atacando contundentemente o PL n. 2.630/2020, com informações falsas e distorcidas”.

(...)

Tal como a Google Brasil, a Telegram Brasil fomenta seus usuários a pressionarem os congressistas, ao disponibilizar link (a palavra “aqui”) que remete diretamente ao Portal da Câmara dos Deputados. Relata que, em decorrência da campanha de desinformação levada a cabo pelas big techs e a replicação em massa das mensagens por seus usuários, houve uma sobrecarga considerável nos serviços de TI da Câmara dos Deputados, com a ocorrência de instabilidade no portal e nos principais sistemas

INQ 4933 / DF

de apoio aos trabalhos legislativos, como o Infoleg, inscrição de oradores e apresentação de proposições, o que afetou adversamente os trabalhos legislativos.

Menciona que o Ministério Público Federal, no bojo do Inquérito Civil Público n. 1.34.001.009969/2021-35, requereu à empresa Meta a lista de anúncios contratados pela Google alusivos ao PL n. 2.630/2020, com dados sobre custo e alcance, bem como instou a Google Brasil a:

- a) Prestar informações detalhadas sobre ter privilegiado nas buscas links contrários ao projeto de lei, inclusive de sites conhecidos por propagar fake news, como revelaram o jornal Folha de S.Paulo e o laboratório NetLab, da UFRJ.
- b) Informar quais anúncios contrários ao PL 2630 realizou, quanto investiu e quantos usuários conseguiu impactar com publicidade no Facebook e no Instagram, redes controladas pela Meta.
- c) Especificar quais critérios usou para escolher os links com mais destaque exibidos para os usuários que buscaram por "PL 2630" no Google.
- d) Especificar quais critérios usou para escolher os links com mais destaque exibidos para os usuários que buscaram por "PL 2630" no YouTube, informando também quais desses resultados foram impulsionados.
- e) Informar por que enviou um alerta contra o projeto de lei para todos os criadores de conteúdo do YouTube Studio, apresentando a documentação interna que levou à tomada de decisão.

Registra que:

O intento dos representados é, aproveitando-se de suas posições privilegiadas, incutir nos consumidores de seus conteúdos a falsa ideia de que o projeto de lei em apreço é prejudicial ao Brasil e está em descompasso com os valores insculpidos na Constituição de 1988, quando,

INQ 4933 / DF

na realidade, as preocupações que orientam o agir dos representados é de ordem meramente econômica.

Concluiu, por fim, que as condutas noticiadas ameaçam a Democracia e o Estado Democrático de Direito e podem configurar a prática dos crimes previstos nos arts. 359-L do Código Penal (crime contra as Instituições Democráticas); 67 e 68 da Lei n. 8.078/1990 (crimes contra a Ordem Consumerista); 4º, I, e 7º, VII, da Lei n. 8.137/1990 (crimes contra a Economia e as Relações de Consumo), dentre outros a serem analisados pelo órgão ministerial.

O cenário fático narrado aponta para a existência de elementos de informações mínimos da prática de conduta delituosa que fundamentam a possibilidade de instauração de procedimento de investigação sob a supervisão do Supremo Tribunal Federal, a exemplo do que ocorre em caso similar sob apuração desta Corte no Inquérito n. 4.874.

Nesse cenário, é relevante esclarecer as circunstâncias das condutas noticiadas pela Câmara dos Deputados, representada por seu Presidente”.

A Procuradoria-Geral da República, ao final, formulou os seguintes requerimentos:

“Em face do exposto, a PROCURADORIA-GERAL DA REPÚBLICA, com o objetivo de preparar e embasar o juízo de propositura, ou não, da ação penal respectiva, indica, desde já, como diligências iniciais, sem prejuízo de outras que se reputarem úteis à elucidação dos fatos, a serem cumpridas pela Polícia Federal, mediante autorização de Vossa Excelência:

- 1) a autuação desta petição e dos documentos que a instrui, com a livre distribuição a um dos integrantes da Suprema Corte;
- 2) a preservação, extração e juntada, mediante elaboração de laudo pericial, de todas as postagens,

INQ 4933 / DF

publicações e mensagens mencionadas no bojo desta *notitia criminis*;

3) a identificação e oitiva dos representados; 4) a juntada de cópia integral do Inquérito Civil Público n. 1.34.001.009969/2021-35.

No aguardo da abertura do inquérito, e na certeza da máxima diligência da autoridade policial, o Ministério Público Federal fica em prontidão para dar ao feito seu impulso regular.

Os autos foram a mim distribuídos em 10/5/2023, por prevenção aos Inqs. 4.781/DF e 4.874/DF (fl. 39).

É o relatório. DECIDO.

Em seu artigo 129, I, a Constituição Federal de 1988 consagrou o sistema penal acusatório, concedendo ao Ministério Público a titularidade da ação penal pública (CF, art. 129, I), exercida por meio de sua *opinio delicti*, que é formada a partir da necessária investigação.

O *Parquet* postula a instauração de inquérito e a realização de diligências a fim de verificar a suposta prática delitiva narrada na *notitia criminis* encaminhada pelo Presidente da Câmara dos Deputados, Deputado Federal ARTHUR LIRA.

Diante do exposto, nos termos requeridos pela Procuradoria-Geral da República, DETERMINO A INSTAURAÇÃO DE INQUÉRITO em face dos diretores e demais responsáveis da GOOGLE BRASIL e do TELEGRAM BRASIL, que tenham participado da campanha abusiva contra o Projeto de Lei n. 2.630/2020 (a serem identificados pela autoridade policial), bem como DEFIRO as diligências requeridas, e DETERMINO:

(a) o levantamento do sigilo deste Inquérito e sua conversão em autos eletrônicos;

(b) sejam encaminhados os autos à Polícia Federal para que, no prazo inicial de 60 (sessenta) dias, sem prejuízo de realização de outras diligências úteis à elucidação dos fatos,

INQ 4933 / DF

proceda à:

(b.1) preservação, extração e juntada, mediante elaboração de laudo pericial, de todas as postagens, publicações e mensagens mencionadas na *notitia criminis* (fls.12-26);

(b.2) identificação e oitiva dos representados (todos os diretores e demais responsáveis da GOOGLE BRASIL e do TELEGRAM BRASIL, que tenham participado da campanha abusiva contra o Projeto de Lei n. 2.630/2020) e

(b.3) a juntada de cópia integral do Inquérito Civil Público n. 1.34.001.009969/2021-35.

(c) o COMPARTILHAMENTO DAS DECISÕES e PETIÇÕES juntadas aos autos do Inq. 4.781/DF relacionados ao objeto deste inquérito (decisões proferidas em 2/5/2023 e 10/5/2023, e petições STF n^{os} 44.686/2023, 44.805/2023, 44.949/2023 44.948/2023, 44.979/2023, 47.227/2023, 47.420/2023), com remessa de cópia a estes autos.

Expeça-se o necessário.

Ciência à Procuradoria-Geral da República.

Publique-se. Intime-se.

Brasília, 12 de maio de 2023.

Ministro ALEXANDRE DE MORAES

Relator

Documento assinado digitalmente

**ANEXO H - INQUÉRITO 4781 DISTRITO FEDERAL - DECISÃO DO MINISTRO
ALEXANDRE DE MORAES**

INQUÉRITO 4.781 DISTRITO FEDERAL

RELATOR : **MIN. ALEXANDRE DE MORAES**
AUTOR(A/S)(ES) : SOB SIGILO
ADV.(A/S) : SOB SIGILO

DECISÃO

Em reportagem do jornal FOLHA DE S. PAULO, veiculada em 1º de maio do presente ano, com o título “*Google lança ofensiva contra PF das Fake News, mostram e-mails e relatório*”, a jornalista Patrícia Campos Mello aponta a existência de estudo do NetLab, da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ) indicando que “*os dados sugerem que o Google vem usando os resultados de busca para influenciar negativamente a percepção dos usuários sobre o projeto de lei*”; além de indícios de que outras plataformas estariam desrespeitando dolosamente suas próprias regras de condutas e restrições à publicidade para auto favorecimento.

Estudo elaborado pelo Laboratório de Estudos de Internet e Mídias Sociais da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ) aponta que Google, Meta, Spotify e Brasil Paralelo anunciam e veiculam anúncios contra o PL 2630 (PL das Fake News) de forma opaca e burlando seus próprios termos de uso.

A análise da UERJ indica que “*o faturamento com anúncios publicitários é a principal fonte de financiamento das plataformas. Sem a devida transparência, não é possível saber qual o percentual desses valores advém de anúncios criminosos e irregulares, que seriam impactados com o PL 2630*”, razão pela qual as plataformas são contra a regulamentação proposta pelo referido projeto de lei.

O estudo da UERJ concluiu que “as perguntas mais comuns feitas pelos usuários no Google relacionadas a PL2630 não utilizam o termo PL da Censura” e que “os dados sugerem que o Google vem usando os resultados de busca para influenciar negativamente a percepção dos usuários sobre o projeto de lei”,

É o relatório.

DECIDO.

INQ 4781 / DF

A conduta do GOOGLE e das demais plataformas citadas na matéria jornalística e no estudo da UFRJ guardam total conexão com o presente Inq. 4.781 (“*fake news*”), bem como com o Inq. 4.874 (“*milícias digitais*”).

O objeto do Inq. 4.781/DF é a investigação de notícias fraudulentas (*fake news*), falsas comunicações de crimes, denúncias caluniosas, ameaças e demais infrações revestidas de *animus caluniandi*, *diffamandi* ou *injuriandi*, que atingem a honorabilidade e a segurança do SUPREMO TRIBUNAL FEDERAL, de seus membros; bem como de seus familiares, quando houver relação com a dignidade dos Ministros, inclusive o vazamento de informações e documentos sigilosos, com o intuito de atribuir e/ou insinuar a prática de atos ilícitos por membros da SUPREMA CORTE, por parte daqueles que têm o dever legal de preservar o sigilo; e a **verificação da existência de esquemas de financiamento e divulgação em massa nas redes sociais, com o intuito de lesar ou expor a perigo de lesão a independência do Poder Judiciário e o Estado de Direito.**

O Inq. 4.874/DF foi instaurado em virtude da presença de indícios e significativas provas apontando a **existência de uma verdadeira organização criminosa – “milícias digitais” –, de forte atuação digital e com núcleos de produção, publicação, financiamento e político absolutamente semelhantes àqueles identificados no Inq. 4.781/DF, com a nítida finalidade de atentar contra a Democracia e o Estado de Direito.**

A real, evidente e perigosa INSTRUMENTALIZAÇÃO dos provedores de redes sociais e de serviços de mensageria privada para a mais ampla prática de atividades criminosas nas redes sociais pode configurar responsabilidade civil e administrativas das empresas, além da responsabilidade penal de seus administradores por instigação e participação criminosa nas condutas investigadas nos referidos Inquéritos 4.781 e 4.874.

Durante as eleições de 2022, o combate a desinformação pelo TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL determinou mais de uma centena de bloqueios e remoções de condutas ilícitas proferidas nas diversas

INQ 4781 / DF

plataformas, basicamente atentatórias ao Poder Judiciário, a lisura das eleições e contrárias ao Estado Democrático de Direito.

Posteriormente à tentativa golpista de 8 de janeiro de 2023, foi discutida em reunião presidida por esse Relator, na condição de Presidente do TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL, em 1º de março, no TSE, com a presença da GOOGLE, YOUTUBE, TWITTER, FACEBOOK BRASIL, KWAI, TIK TOK, TWITCH E TELEGRAM MESSENGER, o real perigo dessa INSTRUMENTALIZAÇÃO CRIMINOSA dos provedores de redes sociais e de serviços de mensageria privada e a necessidade da constituição de um grupo de trabalho para a apresentação de propostas de autorregulação e regulamentação legislativa.

Posteriormente, com a constituição do Grupo de Trabalho, pela Portaria TSE 173, de março de 2023, as empresas participaram de outras 5 (cinco) reuniões no TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL, nos dias 06/03/2023, 14/03/2023, 21/03/2023, 29/03/2023 e 04/04/2023.

Não é crível, portanto e especialmente, após as eleições de 2022 e a tentativa golpista de 8/1/2023, que os provedores de redes sociais e de serviços de mensageria privada não tenham total consciência de sua INSTRUMENTALIZAÇÃO por diversas milícias digitais para divulgar, propagar e ampliar inúmeras práticas ilícitas nas redes sociais; inclusive no gravíssimo atentado ao Estado Democrático de Direito e na tentativa de destruição do SUPREMO TRIBUNAL FEDERAL, Congresso Nacional e Palácio do Planalto.

Com absoluto respeito à liberdade de expressão, as condutas dos provedores de redes sociais e de serviços de mensageria privada e seus dirigentes precisa ser devidamente investigada, pois são remuneradas por impulsionamentos e monetização, bem como há o direcionamento dos assuntos pelos algoritmos, podendo configurar responsabilidade civil e administrativa das empresas e penal de seus representantes legais.

A Constituição protege a liberdade de expressão no seu duplo aspecto: o positivo, que é exatamente “o cidadão pode se manifestar como bem entender”, e o negativo, que proíbe a ilegítima intervenção do

INQ 4781 / DF

Estado, por meio de censura prévia.

O texto constitucional não traz permissivo constitucional para restringir a liberdade de expressão no seu sentido negativo, ou seja, para limitar preventivamente o conteúdo do debate público em razão de uma conjectura sobre o efeito que certos conteúdos possam vir a ter junto ao público, ou seja, **VEDA-SE A CENSURA PRÉVIA.**

A Constituição Federal, entretanto, consagra no tocante à liberdade de expressão, em seu aspecto positivo, a **VEDAÇÃO AO ANONIMATO e POSTERIOR RESPONSABILIDADE CIVIL, ADMINISTRATIVA E CRIMINAL pelo conteúdo difundido, além da previsão do direito de resposta.**

Será inconstitucional, conforme ressaltai no julgamento da ADI 4451, toda e qualquer restrição, subordinação ou forçosa adequação programática da liberdade de expressão e dos meios de comunicação a mandamentos normativos cerceadores, pretendendo diminuir a liberdade de opinião e de criação artística e a livre multiplicidade de ideias, com a nítida finalidade de controlar ou mesmo aniquilar a força do pensamento crítico, indispensável ao regime democrático; tratando-se, pois, de ilegítima interferência estatal no direito individual de informar e criticar.

A censura prévia desrespeita diretamente o princípio democrático, pois a liberdade política termina e o Poder Público tende a se tornar mais corrupto e arbitrário quando pode usar seus poderes para silenciar e punir seus críticos`

Tanto a liberdade de expressão quanto a participação política em uma democracia representativa somente se fortalecem em um ambiente de total visibilidade e possibilidade de exposição crítica das diversas opiniões sobre os principais temas de interesse do eleitor e também sobre os governantes, que nem sempre serão “estadistas iluminados”, como lembrava o JUSTICE HOLMES ao afirmar, com seu conhecido pragmatismo, a necessidade do exercício da política de desconfiança (politics of distrust) na formação do pensamento individual e na autodeterminação democrática, para o livre exercício dos direitos de sufrágio e oposição; além da necessária fiscalização dos órgãos

INQ 4781 / DF

governamentais.

O direito fundamental à liberdade de expressão, portanto, não se direciona somente a proteger as opiniões supostamente verdadeiras, admiráveis ou convencionais, mas também àquelas que são duvidosas, exageradas, condenáveis, satíricas, humorísticas, bem como as não compartilhadas pelas maiorias.

A Democracia não existirá e a livre participação política não florescerá onde a liberdade de expressão for ceifada, pois esta constitui condição essencial ao pluralismo de ideias, que por sua vez é um valor estruturante para o salutar funcionamento do sistema democrático.

No Estado Democrático de Direito, não cabe ao Poder Público previamente escolher ou ter ingerência nas fontes de informação, nas ideias ou nos métodos de divulgação de notícias ou, no controle do juízo de valor das opiniões dos meios de comunicação e na formatação de programas jornalísticos ou humorísticos a que tenham acesso seus cidadãos, por tratar-se de insuportável e ofensiva interferência no âmbito das liberdades individuais e políticas.

A plena proteção constitucional da exteriorização da opinião (aspecto positivo) não significa a impossibilidade posterior de análise e responsabilização por discursos antidemocráticos, de ódio e eventuais informações injuriosas, difamantes, mentirosas, e em relação a eventuais danos materiais e morais, pois a manutenção do Estado Democrático de Direito e os direitos à honra, intimidade, vida privada e à própria imagem formam a proteção constitucional à dignidade da pessoa humana, salvaguardando um espaço íntimo intransponível por intromissões ilícitas externas.

Tal concepção encontra amparo na Convenção Americana sobre Direitos Humanos, da qual extrai-se que:

“O exercício do direito [à liberdade de pensamento e de expressão] não pode estar sujeito a censura prévia, mas a responsabilidades ulteriores, que devem ser expressamente fixadas pela lei e ser necessárias para assegurar: ^a o respeito aos

INQ 4781 / DF

direitos ou à reputação das demais pessoas; b. a proteção da segurança nacional, da ordem pública, ou da saúde ou da moral públicas” (art. 13). O referido artigo estabelece ainda a necessidade de proibição de “toda propaganda a favor da guerra, bem como toda apologia ao ódio nacional, racial ou religioso que constitua incitação à discriminação, à hostilidade, ao crime ou à violência” (art. 13, 5).

A Constituição Federal, portanto:

(1) **NÃO PERMITE – inclusive aos provedores de redes sociais e de serviços de mensageria privada** – a propagação de discursos e práticas terroristas, nazistas, fascistas, homofóbicos, de violência contra mulher, de crimes contra crianças e adolescentes, ou qualquer outra forma de discurso de ódio e discriminatório; bem como repele, integralmente, a divulgação de ideias contrárias à ordem constitucional e ao Estado Democrático de Direito, e as manifestações visando ao rompimento do Estado de Direito, com a extinção das cláusulas pétreas constitucionais – Separação de Poderes (CF, art. 60, §4º), com a consequente instalação do arbítrio;

(2) Permite a **AMPLA E POSTERIOR RESPONSABILIZAÇÃO** civil, administrativa e penal.

Inúmeras vezes já ressaltai que, a:

Liberdade de expressão não é liberdade de agressão!

Liberdade de expressão não é liberdade de destruição da Democracia, das Instituições e da dignidade e honra alheias!

Liberdade de expressão não é liberdade de propagação de discursos de ódio e preconceituosos!

A Constituição Federal consagra o binômio “liberdade e responsabilidade”; não permitindo de maneira irresponsável a efetivação de abuso no exercício de um direito constitucionalmente consagrado; não

INQ 4781 / DF

permitindo a utilização da “liberdade de expressão” como escudo protetivo para a prática de discursos de ódio, antidemocráticos, ameaças, agressões, infrações penais e toda a sorte de atividade ilícitas.

Os provedores de redes sociais e de serviços de mensageria privada não devem ter nem mais, nem menos responsabilidade do que os demais meios de mídia, comunicação e publicidade, principalmente, quando direcionam ou monetizam os dados, informações e notícias veiculadas em suas plataformas, auferindo receitas; pois **AS REDES SOCIAIS NÃO SÃO TERRA SEM LEI! AS REDES SOCIAIS NÃO SÃO TERRA DE NINGUEM!**

Os provedores de redes sociais e de serviços de mensageria privada devem absoluto respeito à Constituição Federal, à Lei e à Jurisdição Brasileira.

A dignidade da pessoa humana, a proteção à vida de crianças e adolescentes e a manutenção dos Estado Democrático de Direito estão acima dos interesses financeiros dos provedores de redes sociais e de serviços de mensageria privada!

É urgente, razoável e necessária a definição – **LEGISLATIVA e/ou JUDICIAL** –, dos termos e limites da responsabilidade solidária civil e administrativa das empresas; bem como de eventual responsabilidade penal dos responsáveis por sua administração.

A necessidade de imediata regulação da responsabilidade civil e administrativa dos provedores de redes sociais e de serviços de mensageria privada; bem como de eventual responsabilidade penal dos responsáveis por sua administração deve, obviamente, respeitar a ampla discussão política no Congresso Nacional, sendo lícita a atuação dos diversos grupos de pressão, entre eles as citadas plataformas nos estudos da UFRJ.

A ação de grupos de pressão sobre o processo político não é um fator recente na história da humanidade, sendo lícita a atuação em defesa de seus interesses privados junto ao processo decisório político, como já salientado por Ferdinand Lassale:

“os fatores reais do poder que atuam no seio de cada

INQ 4781 / DF

sociedade são essa força ativa e eficaz que informa todas as leis e instituições jurídicas vigentes, determinando que *não possam ser, em substância, a não ser tal como elas são*" (*A essência da constituição: o que é uma constituição?* 3. ed. Rio de Janeiro: Liber Juris, 1995).

Em uma Democracia, é possível que todo grupo social ou econômico que se sinta prejudicado em seus objetivos corporativos passe a procurar mecanismos – LEGAIS E MORALMENTE ACEITÁVEIS – para influenciar diretamente as instituições do Estado, ou indiretamente a opinião pública, para que isso reflita nas decisões governamentais.

Dessa maneira, caso os mecanismos NÃO SEJAM LEGAIS E MORALMENTE ACEITÁVEIS – haverá grave desvirtuamento e caracterização de abuso de poder econômico, com possibilidade de responsabilização civil, administrativa e penal.

Na presente hipótese, contudo, conforme detalhado anteriormente e salientado no estudo do NetLab, da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ) *“os dados sugerem que o Google vem usando os resultados de busca para influenciar negativamente a percepção dos usuários sobre o projeto de lei”*; além de indícios de que outras plataformas estariam desrespeitando dolosamente suas próprias regras de condutas e restrições à publicidade para auto favorecimento.

O estudo detalha que:

“As plataformas estão usando todos os recursos possíveis para impedir a aprovação do PL 2630 porque o que está em jogo são os bilhões arrecadados com publicidade digital que atualmente não possuem nenhuma regra, restrição ou obrigação de transparência, deixando anunciantes e consumidores vulneráveis aos seus interesses econômicos. Se o PL 2630 não for aprovado, as big techs conseguem manter a assimetria regulatória que existe no mercado e, portanto, manter suas vantagens competitivas frente aos outros meios de comunicação que também vivem de publicidade”.

INQ 4781 / DF

Efetivamente, o estudo elaborado pela UFRJ aponta diversos fatores que, em tese, corroboram a atuação indevida das referidas empresas contra o PL 2630, nos seguintes termos:

1. Google impulsiona site próprio chamando de “PL da Censura”:

O Google tem usado seu blog oficial para divulgar textos de ataque ao PL 2630 escritos por alguns de seus principais representantes no Brasil.

Fabio Coelho, presidente da empresa no país, assinou dois deles entre março e abril de 2022, quando o projeto era debatido com vistas às eleições gerais.

O argumento central de Coelho é que o assunto ainda não teria sido debatido o suficiente pela população e que a lei, caso aprovada, ajudaria a promover mais conteúdo desinformativo e faria com que as plataformas tivessem que tornar públicas informações privadas e estratégicas.

Mais recentemente, Marcelo Lacerda, Diretor de Relações Governamentais e Políticas Públicas do Google Brasil, acusou o projeto de lei de proteger produtores de desinformação e conteúdo nocivo.

Porém, ao pesquisar por “pl 2630” no Google no dia 29 de abril, usuários se depararam com um anúncio da própria plataforma cujo título se refere ao projeto como “PL da Censura”.

Como o sistema de anúncios do Google é pouco transparente e não disponibiliza nenhum dado sobre conteúdos pagos que não sejam publicados por candidatos e partidos políticos, não é possível saber quantos anúncios como este podem estar sendo veiculados na ferramenta de busca, nem sequer os valores investidos, a segmentação do anúncio tampouco o número de usuários atingidos por este anúncio específico.

O texto também apareceu como resultado orgânico na primeira página para buscas feitas de forma anônima, com VPN, simulando um usuário genérico brasileiro sem histórico,

INQ 4781 / DF

entre os dias 23 e 28 de abril. Nos testes de busca, o blog do Google apareceu entre os principais resultados, junto com sites de notícias sobre o PL 2630 e sites oficiais da Câmara dos Deputados e do Senado.

2. Brasil Paralelo anuncia no Google contra o PL:

Em uma busca por “pl2630”, realizada no dia 30 de abril no Google, o primeiro resultado foi um anúncio pago pela Brasil Paralelo.

O anúncio pode ser encontrado na Central de Transparência de anúncios da Google. No entanto, por não ter sido veiculado como uma peça política, não é possível acessar informações sobre segmentação ou gastos.

A página direciona a uma publicação categorizada como “notícia” no site da produtora. O site dá voz aos argumentos da oposição, que alega que o PL significa o “fim da liberdade de expressão”. O texto também expõe o posicionamento do Google e pauta sua publicação contra o PL.

3. Ignorando as próprias regras, Spotify veicula anúncio político do Google:

Anúncios do Google contra o PL 2630 também foram veiculados na plataforma de streaming Spotify. Em seus termos de uso o Spotify afirma aos clientes que não permite conteúdos pagos que tratem de temas políticos.

Assim como a maioria dos provedores e plataformas, o Spotify também não possui biblioteca de anúncios ou relatório de transparência sobre publicidade para que a sociedade acesse e se informe sobre os anúncios veiculados em sua plataforma. Por isso, não é possível saber o número de veiculação, os valores gastos e o público impactado por este anúncio do Google contra a PL2630.

4. Google anuncia sem rótulo META ADS na Meta, contra o PL :

Na página do Google na biblioteca de anúncios da Meta,

INQ 4781 / DF

encontramos três anúncios iguais sobre o projeto de lei, veiculados entre os dias 20 e 26 de abril.

Nestes, a empresa afirmava que o projeto não estaria “pronto para ser votado” e convidava os brasileiros a participarem do debate, como uma tentativa de conter os avanços da discussão e interditá-la.

Os anúncios levavam à mesma matéria no blog do Google assinada por Marcelo Lacerda, apresentada anteriormente. Lacerda alega que a lei, caso aprovada, colocaria em risco a liberdade de expressão.

Outro, veiculado entre os dias 27 e 28 de abril, pressionava a população a “falar com seu deputado nas redes sociais” para pressionar parlamentares por melhorias no texto que será encaminhado ao Senado. O anúncio também direcionava a outro texto de Lacerda, que acusava o projeto de borrar os limites entre a verdade e a mentira.

Nenhum dos anúncios aparece na biblioteca ao se pesquisar por termos relacionados ao PL 2630, camuflando o conteúdo dos usuários, apenas na página do Google.

Além disso, o Google não sinalizou nenhum anúncio como sendo sensível. A Meta, no entanto, recategorizou o último deles, tornando parcialmente públicas suas informações sobre investimento e alcance.

Mesmo após a Meta ter recategorizado o anúncio do Google e, conseqüentemente, interrompido sua veiculação e publicizado suas informações de transparência, o Google voltou a veicular o mesmo anúncio sem a sinalização correta.

No único anúncio categorizado corretamente que consta na biblioteca, identificamos alcance de pelo menos 1 milhão de impressões em apenas um dia de veiculação (27/04 a 28/04).

5. Google indica fontes hiper partidárias na primeira página de busca

Em meio às recomendações de fontes da mídia de legado e sites oficiais, o Google também tem redirecionado usuários para sites nocivos e hiper partidários na primeira página dos

INQ 4781 / DF

resultados de busca.

O Boletim da Liberdade, de propriedade do ex-deputado federal Paulo Ganime (Novo/RJ), que está em campanha aberta contra a aprovação do PL 2630 nas últimas semanas, aparece como resultado na primeira página do Google em busca sobre o PL 2630.

O portal divulga falas do deputado federal Kim Kataguiri (União/SP) que aludem a uma “censura generalizada” e à “perda da liberdade de expressão” caso a lei seja aprovada pelo Congresso, sem explicar ou embasar os argumentos.

Outra publicação indicada na primeira página do Google em busca anônima sobre o PL 2630 foi um texto da Revista Oeste, fonte considerada bolsonarista e acusada de disseminar desinformação. Nessa matéria o colunista Flávio Morgenstern, influenciador de direita e ex-funcionário da Brasil Paralelo, divulga o Placar do PL 2630, também elaborado pelo Boletim da Liberdade.

A fonte indicada como resultado da busca orgânica na primeira página do Google para o termo “PL 2630” foi o portal de desinformação focado no público evangélico, o Pleno News. Além de falar em censura, o texto divulga apenas as posições de parlamentares da oposição, citando nominalmente a atuação do Partido Novo, da Bancada Evangélica e do Partido Liberal.

Além dos impulsionamentos pagos pelo Brasil Paralelo, o site da produtora audiovisual acusada de disseminar narrativas negacionistas e desinformação com texto contra o PL2630 também apareceu como um dos principais resultados orgânicos na primeira página da busca do Google.

6. YouTubers contra o PL 2630 são sugeridos na primeira página

Um dos vídeos do YouTube sugerido na primeira página da ferramenta de busca do Google foi a transmissão ao vivo realizada por Bárbara Destefani, influenciadora de extrema-direita, que disse ter medo de sofrer represálias do “Ministério da Verdade” ao comentar sobre o projeto de lei.

INQ 4781 / DF

Depois da notícia da aprovação da urgência, também encontramos um vídeo da Brasil Paralelo entre os resultados sugeridos na primeira página. A empresa gravou transmissão com os parlamentares Nikolas Ferreira (PL/MG), Bia Kicis (PL/DF) e Carlos Jordy (PL/RJ), convocados a comentarem os “avanços da censura” no Brasil.

7. Youtube faz “alerta urgente” sobre “impacto negativo” da PL2630 para criadores de conteúdo

No Twitter, usuários denunciaram que o YouTube está pressionando criadores de conteúdo no painel interno da plataforma com um “alerta” de que a aprovação do PL2630 irá prejudicá-los diretamente.

No YouTube Studio há um banner que redireciona o criador de conteúdo para um texto publicado no dia 25 de abril (data da votação da urgência do PL na Câmara dos Deputados) em que a plataforma se posiciona contra o que julga ser uma “legislação apressada”.

Na publicação, o YouTube se coloca como porta-voz da “comunidade de criadores”. O YouTube afirma que a lei irá aumentar a desigualdade entre os perfis da plataforma e sujeitá-los a “regras pouco claras” definidas pelo governo.

8. Página do Google aparece com mensagem contra o PL

No dia 01/05, a própria página inicial de pesquisas do Google passou a trazer uma mensagem de alerta para todos os usuários, afirmando que o PL iria “aumentar a confusão entre o que é verdade e mentira no Brasil”. A mensagem redireciona o usuário ao mesmo texto escrito por Marcelo Lacerda que traz esse argumento central. O texto também foi impulsionado nas plataformas Meta.

9. Google induz busca sobre “PL da Censura”

Nos resultados de uma busca, o Google diz indicar perguntas comumente feitas por outros usuários com o mesmo termo de busca para ajudar na pesquisa. Nos últimos dias,

INQ 4781 / DF

registramos que, ao se pesquisar por “PL 2630”, o Google indicou perguntas relacionadas a “PL da censura” entre os resultados.

Depois da primeira pergunta “O que é PL2630” o Google indica “foi aprovada a PL da censura?”, e em seguida “O que é PL da Censura?” para se referir ao PL 2630, que é o nome usado de forma pejorativa pela oposição contra a regulamentação das plataformas, e não pelo nome oficial “PL 2630” ou o nome usado pela imprensa “PL das Fake News”

Tais condutas podem configurar, em tese, não só abuso de poder econômico às vésperas da votação do projeto de lei por tentar impactar de maneira ILEGAL e IMORAL a opinião pública e o voto dos parlamentares, mas também flagrante induzimento e instigação à manutenção de diversas condutas criminosas praticadas pelas milícias digitais investigadas no INQ 4.874, com agravamento dos riscos à segurança do SUPREMO TRIBUNAL FEDERAL e do próprio Estado Democrático de Direito, cuja proteção é a causa da instauração do INQ. 4.781.

DIANTE DE TODO O EXPOSTO, em face da utilização de mecanismos imorais e ilegais que podem, em tese, constituir abuso de poder econômico, bem como, eventualmente, caracterizar ilícita contribuição com a desinformação praticada pelas milícias digitais nas redes sociais, **DETERMINO** que:

1) GOOGLE, META, SPOTIFY e BRASIL PARALELO procedam a REMOÇÃO INTEGRAL, em no máximo 1h00 (uma hora), de TODOS OS ANÚNCIOS, TEXTOS E INFORMAÇÕES veiculados, propagados e impulsionados a partir do blog oficial da GOOGLE com ataques ao PL 2630, inclusive aqueles que se referem como “PL DA CENSURA”, “COMO O PL 2630 PODE PIORAR A SUA INTERNET”, “O PL 2630 PODE IMPACTAR A INTERNET QUE VOCE CONHECE”, sob pena de multa de R\$ 150.000,00 (cento e

INQ 4781 / DF

cinquenta mil reais) por hora de descumprimento por cada anúncio. As empresas, em 48 (quarenta e oito) horas deverão remeter relatório circunstanciado sobre os anúncios realizados e valores investidos, bem como os termos sugeridos pelo buscador Google relativos ao assunto;

2) **GOOGLE E META** apontem e expliquem, em 48 (quarenta e oito) horas **os métodos e algoritmos de impulsionamento e induzimento à busca sobre “PL da Censura”**, bem como os critérios de:

2.1) Impulsionamento do site próprio chamando de “PL da Censura” em desacordo com suas próprias regras de autorregulação;

2.2) Ter anunciado sem rótulo META ADS na Meta, contra o PL 2630;

2.3) Indicação de fontes hiper partidárias na primeira página de busca, como referido no estudo da UERJ (“Em meio às recomendações de fontes da mídia de legado e sites oficiais, o Google também tem redirecionado usuários para sites nocivos e hiper partidários na primeira página dos resultados de busca”);

2.4) Indicação na página inicial de pesquisas uma mensagem de alerta para todos os usuários, afirmando que o PL iria “aumentar a confusão entre o que é verdade e mentira no Brasil”;

2.5) Buscas relativas ao “PL 2630, no período de 20/5/2023 a 2/5/2023.

3) **BRASIL PARALELO e SPOTFY** apontem e expliquem, em 48 (quarenta e oito) horas, os métodos e algoritmos de impulsionamento e induzimento à busca sobre “PL da Censura”, bem como os motivos de terem veiculado anúncio político do GOOGLE.

INQ 4781 / DF

DETERMINO, ainda, que, no mesmo prazo de 48 (quarenta e oito) horas:

4) **GOOGLE, META, SPOTIFY e BRASIL PARALELO** informem quais as providências reais e concretas – enviando protocolos e documentos que comprovem as alegações – que realizam para **PREVENIR, MITIGAR e RETIRAR** práticas ilícitas no âmbito de seus serviços e no combate à desinformação de conteúdos gerados por terceiros, principalmente aqueles direcionados por algoritmos, impulsionados e que gerem publicidade cuja distribuição tenha sido realizada mediante pagamento ao provedor de redes sociais ou por contas inautênticas e redes de distribuição artificial, dos seguintes assuntos:

(a) condutas, informações e atos antidemocráticos caracterizadores de violação aos artigos 296, parágrafo único; 359-L, 359-M, 359-N, 359-P e 359-R do Código Penal;

(b) 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;

(c) grave ameaça, direta e imediata, de violência ou incitação à violência contra a integridade física de funcionários públicos ou contra a infraestrutura física do Estado para restringir ou impedir o exercício dos poderes constitucionais ou a abolição violenta do Estado Democrático de Direito;

(d) comportamento ou discurso de ódio, inclusive promoção de racismo, homofobia, ideologias nazistas, fascistas ou odiosas contra uma pessoa ou grupo mediante preconceito de origem, raça, sexo, cor, idade e quaisquer outras formas de discriminação;

(e) atos de terrorismo e preparatórios de terrorismo,

16

INQ 4781 / DF

tipificados na Lei nº 13.260/2016;

(f) crimes contra crianças e adolescentes previstos na Lei nº 8.069/90 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 2.848/40;

(g) violência contra a mulher.

DETERMINO, por fim, que a Polícia Federal, no prazo de 5 (cinco) dias, REALIZE OS DEPOIMENTOS DOS PRESIDENTES OU EQUIVALENTES DAS EMPRESAS GOOGLE, META, SPOTIFY e BRASIL PARALELO, para que esclareçam – entre outras questões que a autoridade policial entender necessárias – as razões de terem autorizado a utilização dos mecanismos narrados na presente decisão que podem, em tese, constituir abuso de poder econômico, bem como, eventualmente, caracterizar ilícita contribuição com a desinformação praticada pelas milícias digitais nas redes sociais.

Na presente hipótese, embora a necessidade de cumprimento das numerosas diligências determinadas exija a manutenção do sigilo à totalidade dos autos, **RETIRO O SIGILO da presente decisão**, em face do interesse público e por não existir necessidade da preservação do direito à intimidade.

Cumpra-se.

Publique-se. Intime-se.

Ciência à Procuradoria-Geral da República.

Brasília, 2 de maio de 2023.

Ministro **ALEXANDRE DE MORAES**

Relator

Documento assinado digitalmente

ANEXO I - VOTO DA MINISTRA CÁRMEN LÚCIA

VOTO

A Senhora Ministra CÁRMEN LÚCIA: Extrai-se do relatório do Ministro Alexandre de Moraes, Relator desta Petição, que cuida a espécie de investigação autuada por prevenção à Pet 12.100/DF. Parte-se de ofício encaminhado a este Supremo Tribunal pela autoridade policial, comunicando instauração de Inquérito Policial (IPL n. 2024.0024068-CGCINT/DIP/PF), pelo qual se apura alegada prática de crimes de obstrução de investigações de organização criminosa (art. 2º, §1º, da Lei n. 12.850/13) e de incitação ao crime (art. 286, do Código Penal).

A investigação concluiu haver *“participação criminosa e organizada de inúmeras pessoas para ameaçar e coagir Delegados federais que atuam ou atuaram nos procedimentos investigatórios contra milícias digitais e a tentativa de golpe de Estado. As redes sociais – em especial a “X” - passaram a ser instrumentalizadas com a exposição de dados pessoais, fotografias, ameaças e coações dos policiais e de seus familiares.”*

O Ministro Relator explicita, em seu relatório e no voto exarado, haver previsão legal no Brasil descumprido reiteradamente pela empresa, além de se desacatarem ordens judiciais, conquanto tivesse sido repetidamente buscado o Judiciário nacional adoção de medidas legais pelas quais se para aquele acatamento.

Com o quadro processual descrito o Ministro Relator votou no sentido *“da (a) SUSPENSÃO IMEDIATA, COMPLETA E INTEGRAL DO FUNCIONAMENTO DO X BRASIL INTERNET LTDA em território nacional, até que todas as ordens judiciais proferidas nos presentes autos sejam cumpridas, as multas devidamente pagas e seja indicado, em juízo, a pessoa física ou jurídica representante em território nacional. No caso de pessoa jurídica, deve ser indicado também o seu responsável administrativo; (B) APLICAÇÃO DE MULTA DIÁRIA de R\$ 50.000,00 (cinquenta mil reais) às pessoas naturais e jurídicas que incorrerem em condutas para fraudar a decisão judicial, com a utilização de subterfúgios tecnológicos (como por exemplo o VPN, entre outros) para a continuidade de utilização e comunicações pelo “X”, enquanto durar a suspensão, sem prejuízo das demais sanções civis e criminais, na forma da lei.”*

Submeteu o Ministro Alexandre de Moraes aquela decisão a referendo desta Primeira Turma.

Examinados os elementos constantes da decisão sujeita a referendo, VOTO.

1.O caso constante dos autos e a decisão do Ministro Relator sujeita a referendo não põe em causa discussões não jurídicas.

O que examino no caso é a questão central de se saber se uma empresa estrangeira ou um empresário estrangeiro, atuando na oferta de um serviço no Brasil, poderia atuar “numa bolha não jurídica ou até mesmo antijurídica”, forçando uma brecha no Estado Democrático de Direito (*caput* do art. 1º. da Constituição do Brasil) e desprezando a legislação vigente no País e que submete todos os que habitam esse espaço soberano (inc. I do art. 1º.), dando de ombros ao Poder Judiciário, ao qual compete, nos termos expressos da norma vigente, “*a guarda da Constituição*”.

Indagado de outra forma: a Constituição e a legislação brasileira submetem os brasileiros, desobrigando outros que não nacionais que poderiam agir como bem entender, sem regras ou limites legais? Essa é uma questão jurídica ou desborda da questão nuclear do Estado Democrático de Direito?

O Brasil é soberano apenas para os brasileiros? Ao dispor a Constituição do Brasil, em seu art. 170, que “*Art. 170. A ordem econômica, fundada na valorização do trabalho humano e na livre iniciativa, tem por fim assegurar a todos existência digna, conforme os ditames da justiça social, observados os seguintes princípios: I - soberania nacional*”...

Haveria soberania de um povo quando, no espaço nacional, não houvesse como garantir o direito brasileiro, incluído aquele afirmado na Constituição do Brasil? Um brasileiro poderia atuar em qualquer outro Estado soberano desprezando e descumprindo seu ordenamento jurídico e as ordens judiciais exaradas pelos seus respectivos juízes?

O Brasil garante e respeita que empresas nacionais ou estrangeiras possam atuar no País, desde que respeitadas as normas jurídicas vigentes (art. 170 e segs, da Constituição). E exige que, paralela e necessariamente, pessoas naturais ou jurídicas não brasileiras cumpram o sistema de

Direito vigente no País.

Na espécie em exame, afirma já em seu relatório o Ministro Relator, a empresa de que se cuida nesta Petição não vem cumprindo a legislação brasileira, não se responsabiliza por danos decorrentes de sua atuação no Brasil, não cumpriu as medidas determinadas judicialmente, em acatamento às normas jurídicas vigentes, pelo que se chegou à providência judicial mais séria que é a suspensão do seu *“funcionamento ... em território nacional, até que todas as ordens judiciais proferidas nos presentes autos sejam cumpridas, as multas devidamente pagas e seja indicado, em juízo, a pessoa física ou jurídica representante em território nacional.”*

É grave, é séria e fez-se necessária, como demonstrado na decisão e no voto do Ministro Relator, a medida judicial adotada. Nem o juiz há de julgar por voluntarismo, nem o particular pode se achar por vontade própria mais soberano que a soberania de um povo, que se faz e se constrói segundo o Direito que ele cria, impõe e cumpre.

O Poder Judiciário é um sistema de órgãos da soberania nacional para a guarda do sistema jurídico adotado e há de ter sua decisão acatada, respeitada e legitimada. Seu questionamento há de se dar na forma da legislação processual, não segundo os humores e voluntarismos de quem quer que seja, nacional ou estrangeiro.

Assim, o descumprimento reiterado e infundado do Direito brasileiro e da legislação nacional há de receber a resposta judicial coerente com essa ação, o que se deu no caso, conduzindo à suspensão determinada.

O Ministro Relator demonstrou presentes, no caso em exame, os requisitos legais aplicáveis para a conclusão sobre a necessidade da medida de suspensão imediata, completa e integral do X Brasil, *“, até que todas as ordens judiciais proferidas nos presentes autos sejam cumpridas, as multas devidamente pagas e seja indicado, em juízo, a pessoa física ou jurídica representante em território nacional. No caso de pessoa jurídica, deve ser indicado também o seu responsável administrativo;...”*

Comprovado o repetido desacato às ordens judiciais do Supremo

Tribunal e o esgotamento das providências legais para que se superasse o estado de descumprimento agressivo e belicoso da legislação brasileira havido no comportamento empresarial em território brasileiro, há de se ter por fundamentado juridicamente o decidido pela Relatoria.

2. O Ministro Relator decidiu, também, na al. B do dispositivo submetido a referendo desta Primeira Turma do Supremo Tribunal, pela “(B) APLICAÇÃO DE MULTA DIÁRIA de R\$ 50.000,00 (cinquenta mil reais) às pessoas naturais e jurídicas que incorrerem em condutas para fraudar a decisão judicial, com a utilização de subterfúgios tecnológicos (como por exemplo o VPN, entre outros) para a continuidade de utilização e comunicações pelo “X”, enquanto durar a suspensão, sem prejuízo das demais sanções civis e criminais, na forma da lei.”

O Ministro Relator cuidou de anotar não estar a proibir o aproveitamento de toda e qualquer categoria de ferramenta tecnológica legitimamente utilizada para acesso a serviços digitais, como por exemplo, VPN, encarecida por ele apenas a título demonstrativo. O que se está a sujeitar a medidas pecuniárias por descumprimento da decisão é a utilização ilegítima de ferramenta tecnológica para a específica finalidade de fraudar a decisão judicial relativamente ao acesso ao X, enquanto durar a suspensão.

A função deste Supremo Tribunal é resguardar as liberdades e impedir condutas censórias. Não se está, nesta decisão, estabelecendo presunção de ilegitimidade da conduta de quem quer que seja no uso de ferramenta tecnológica, desde que por qualquer conduta nesse sentido não se busque fraudar, contornar ou atingir a finalidade ilegítima de acessar empresa suspensa de atuar ou permitir serviços por ela oferecidas sem acatamento às leis do País.

Democracia exige responsabilidade e comprometimento jurídico, social, político e econômico de todas as pessoas naturais e jurídicas, nacionais e não nacionais. E a responsabilidade há de se dar nos termos do Direito posto no constitucionalismo vigente no País. O Brasil não é xepa de ideologias sem ideias de Justiça, onde possam prosperar interesses particulares embrulhados no papel crepom de telas brilhosas sem compromisso com o Direito. É uma sociedade de mais de duzentos milhões de habitantes querendo civilização e civilidade, liberdade e

responsabilidade, segurança pessoal e jurídica. Não é com bravatas que se constrói o Estado Democrático de Direito, senão com leis que se respeitem para a libertação das pessoas e das nações.

Não se baniu empresa no Brasil na decisão em exame, não se excluiu quem quer que seja de algum serviço que seja legitimamente prestado e usado. Exigiu-se o cumprimento do Direito em benefício de todas as pessoas, por todas as pessoas naturais ou jurídicas, nacionais e não nacionais.

Com a anotação posta no item B do dispositivo do voto do Ministro Relator, **voto no sentido de referendar a decisão adotada.**