



O “PL das fake news”: uma análise de conteúdo sobre a proposta regulatória

The "Fake News PL": a content analysis on the regulatory proposal

El “PL de las noticias falsas”: un análisis de contenido sobre la propuesta regulatoria

Eliana Sanches de Frias – Universidade de São Paulo | São Paulo | SP | Brasil | E-mail: eliana.sanches@usp.br | <https://orcid.org/0000-0002-1269-8149>

Lizete Barbosa da Nóbrega - Universidade Federal do Rio Grande do Norte | Natal | RN | Brasil | E-mail: liz.nobrega4@gmail.com | <https://orcid.org/0000-0002-2915-5220>

Resumo: A crescente onda de desinformação contemporânea, alavancada por processos digitais de distribuição, atinge o debate público, afeta o ambiente democrático e desperta a necessidade urgente de regulamentação. A fim de contribuir com este debate, o artigo pretende fazer uma análise de conteúdo, baseada na metodologia de Bardin (1977), de dois momentos do Projeto da Lei Brasileira de Liberdade, Responsabilidade e Transparência na Internet, aprovado pelo Senado Federal em junho de 2020, para compreender qual o foco desta legislação no combate à disseminação de fake news e as principais mudanças entre o primeiro texto apresentado e a versão aprovada. Como resultado, apontamos o deslocamento de foco da regulação do conteúdo para outras abordagens.

Palavras-chave: PL 2630/2020. Fake news. Regulamentação.

Abstract: The growing wave of contemporary disinformation, leveraged by digital distribution processes, reaches the public debate, affects the democratic environment and awakens the urgent need for regulation. In order to contribute to this debate, this article intends to make a content analysis, based on the methodology of Bardin (1977), of two moments of the Brazilian Law Project on Freedom, Responsibility and Transparency on the Internet, approved by the Federal Senate in June 2020, to understand what the focus of this legislation is on combating the spread of fake news and the main changes between the first text submitted and the approved version. As a result, we pointed to the shift of focus from content regulation for other approaches.

Keywords: PL 2630/2020. Fake news. Regulation.

Resumen: La creciente ola de desinformación contemporánea, impulsada por procesos digitales de distribución, llega al debate público, afecta al entorno democrático y despierta la necesidad urgente de regulación. Con el fin de contribuir a este debate, el artículo pretende hacer un análisis de contenido, basado en la metodología de Bardin (1977), de dos momentos del Proyecto de Ley Brasileña sobre Libertad, Responsabilidad y Transparencia em Internet, aprobado por el Senado Federal en junio de 2020, para comprender el enfoque de esta legislación en la lucha contra la difusión de noticias falsas y los principales cambios entre el primer texto presentado y la versión aprobada. Como resultado, apuntamos el desplazamiento de foco de la regulación del contenido para otros enfoques.

Palabras clave: PL 2630/2020. Noticias falsas. Regulación.

Recebido em 09 de setembro 2021. Aprovado em 21 de outubro de 2021.

e-issn: 2177-5788. DOI: <https://doi.org/10.22484/2177-5788.2021v47n2p363-393>

©2021. Conteúdo de acesso aberto, distribuído sob os termos da Licença Internacional da Creative Commons –CC BY-NC-SA –Atribuição Não Comercial –Permite distribuição e reprodução, desde que atribuam os devidos créditos à publicação, ao(s) autor(es) e que licenciem as novas criações sob termos idênticos.



1 Introdução

A busca por soluções contra a desinformação mostra um caráter urgente. A manipulação da informação é utilizada como estratégia de poder há séculos, segundo Posetti e Matthews (2018), mas as fake news partem de uma lógica digital e mercadológica que traz contornos mais específicos: entrelaçam-se à ascensão de governos populistas de extrema direita e impactam o debate público, com prejuízos para a população até mesmo no âmbito da saúde, como vem ocorrendo durante a pandemia de Covid-19. Autores destacam as notícias falsas como algo que degrada o ambiente epistêmico, conforme Blake-Turner (2020) e prejudica, segundo Bucci (2019), a democracia por afastar a verdade factual.

Diante da emergência de um fenômeno contemporâneo de desordem informacional, surgem diversas iniciativas que buscam combater a desinformação. Entre elas, podemos citar as agências de fact-checking, que se colocam como uma ação reativa contrapondo informações falsas com fatos, e ações de educação midiática, que apostam no conhecimento sobre a mídia e seu funcionamento para auxiliar os cidadãos a reconhecerem o que é real. Essas ações, no entanto, são apenas uma das facetas do combate à desinformação, que passa por medidas jurídico-regulatórias.

Ações jurídicas, como o Inquérito 4781, no Supremo Tribunal Federal, já apontam no sentido de identificar e responsabilizar responsáveis por ataques a membros do STF. Em âmbito legislativo, um projeto de Lei se destaca, o PL 2630/2020, que visa estabelecer, conforme Brasil (2020b), “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”.

O presente artigo pretende analisar dois momentos distintos do projeto de lei sobre fake news: sua primeira versão, apresentada pelos deputados Felipe Rigoni e Tábata Amaral, como consta em Brasil (2020a), e a versão atual, aprovada pelo Senado Federal em junho de 2020, em Brasil (2020b). O objetivo é comparar os dois textos, avaliando como a



tramitação do PL em diferentes instâncias de poder e as críticas que recebeu ao longo desse processo impactaram seu texto, e compreender, ao final, que caminhos o enfoque escolhido oferece para estancar a disseminação de desinformação. Por se tratar de um tema atual e de forte impacto, o estudo se mostra relevante e necessário para a compreensão do cenário regulatório no país.

A metodologia para a pesquisa foi realizada com base na análise de conteúdo dos dois textos. Realizamos a codificação, uma transformação dos dados dos textos, “por recorte, agregação e enumeração, permite atingir uma representação do conteúdo, ou da sua expressão, susceptível de esclarecer o analista acerca das características do texto” (BARDIN, 1977, p. 103).

Assim, com a codificação, identificamos nos textos quatro categorias que refletem concepções diversas sobre a desinformação e seus respectivos ideais normativos, sendo elas: Reafirmação da Verdade; Recuperação da Integridade do Debate Público; Combate aos Mercados e Organizações de Desinformação; e Regulação da Estrutura de Comunicação Digital. A partir dessa categorização, pudemos analisar as mudanças que o projeto de lei sofreu.

Criticado durante sua tramitação inicial, por Brito Cruz e Valente (2020), o projeto da Lei Brasileira de Liberdade, Responsabilidade e Transparência na Internet mudou o seu foco durante os debates no plenário. Com base na análise feita, identificamos que a preocupação se afasta do conteúdo verdadeiro/falso e aparece com um contorno mais voltado à recuperação da integridade do debate público e a busca de combater as organizações de desinformação, enquanto permanece de forma mais contundente como pano de fundo a preocupação em relação à estrutura e à arquitetura da comunicação digital que suporta a disseminação de desinformação.



2 A desinformação contemporânea: comunicação digital, populismo e disputas de sentido

O ato de mentir com o objetivo de alcançar vantagens no âmbito político faz parte da história humana. Entretanto, a disseminação de desinformação, alavancada pela distribuição de *fake news* com o poder de amplitude das redes digitais é um fenômeno relativamente recente.

A configuração da desinformação enquanto um problema contemporâneo, com impactos político-democráticos, emerge entrelaçada às dinâmicas de produção, circulação e consumo de informação que se desenharam com a internet, segundo Brito Cruz *et al.* (2019). Com o surgimento das mídias sociais, as barreiras de acesso e os custos para produção de conteúdo se reduziram. A informação passou a circular de forma descentralizada, sem estar sob o controle da ética e dos paradigmas jornalísticos. Na medida em que o usuário se tornou agente de produção e distribuição de informação, as fronteiras entre jornalismo, propaganda e entretenimento foram se borrando, com percepções individuais e conteúdo hiper partidários se revestindo de aparência jornalística, circulando como informação.

Junto com o aparato das plataformas de mídia social, uma série de estratégias e ferramentas tecnológicas passou a ser empregada com o objetivo de influenciar o debate público. A partir da coleta e da análise das informações e dados pessoais dos usuários e de algoritmos de curadoria de conteúdo, as plataformas oferecem um conteúdo customizado a cada usuário. O resultado é um ambiente de comunicação personalizado, mas que abre espaço para a polarização intensa do debate público, como destacam Brito Cruz *et al.* (2019) e Sunstein (2017).

A emergência da desinformação enquanto fenômeno está ligada não apenas a essas dinâmicas de produção, circulação e consumo de informação na internet. Também está conectada a movimentos políticos recentes, segundo Farkas e Schou (2020), que ganharam corpo ao redor do mundo, com políticos populistas de direita que, mobilizando estratégias de comunicação digitais, foram eleitos com base em uma plataforma de crítica



ao *establishment* e na negação dos campos tradicionais de produção de conhecimento e verdade, como a política, o jornalismo e a ciência.

Três eventos políticos que ocorreram em 2016 são marcos desse processo. O primeiro foi a teoria da conspiração que ficou conhecida como *Pizzagate*, segundo a qual uma pizzeria esconderia uma rede de pedofilia liderada por Hillary Clinton – um boato lançado com a intenção de prejudicar a candidatura da então senadora à presidência dos Estados Unidos. No mesmo ano, o referendo para definir a saída ou permanência do Reino Unido na Comunidade Europeia e a eleição de Donald Trump nos EUA ficaram marcados pelo escândalo protagonizado pela *Cambridge Analytica*, a agência britânica que utilizou dados de usuários do Facebook para distribuir propaganda política junto a esse público.

No Brasil, o tema ganhou destaque a partir das eleições presidenciais de 2018. O então candidato Jair Bolsonaro percebeu que a propaganda viral ou contratada, conforme Mello (2020), era o motivo do sucesso das campanhas no exterior e adotou a mesma estratégia, deixando sua trajetória marcada por denúncias a respeito da disseminação de *fake news* e do uso de ferramentas de automação que tinham como objetivo distorcer o debate público.

Com esses eventos, as nomenclaturas “*fake news*” e “desinformação” se tornaram populares e começaram a ser estudadas mais a fundo. Até 2015, a expressão “*fake News*” era usada para nomear sátiras e paródias que imitavam o formato jornalístico com o objetivo de criticar uma situação ou um personagem. Ainda hoje, existem inúmeros programas que seguem esse formato. Por esse motivo, os estudos acadêmicos se debruçaram sobre o tema sob essa perspectiva, tentando compreender a utilização de elementos jornalísticos para emprestar credibilidade a conteúdos falsos, sensacionalistas ou fictícios, muitas vezes com finalidades humorísticas.

Entre 2014 e 2016, no entanto, o tema explodiu. O termo “*fake News*” entrou para o debate público e se tornou tópico central das discussões sobre comunicação política na internet. Mais do que uma terminologia pontual, *fake news* representam um sistema complexo, que vem sendo analisado



por diferentes autores em busca de definições que ajudem a compreender suas causas e evolução, conforme Blake-Turner (2020); Chambers (2020) e Gelfert (2018).

Variáveis estruturais e subjetivas são analisadas, revelando um quadro intrincado, que segundo Srnicek (2018), passa por transformações nas dinâmicas de comunicação com a emergência das plataformas digitais, pela reformulação do mercado publicitário, como destacam Braun e Eklund (2019), pela relação do indivíduo com a informação, segundo Cabañes (2020) e, até mesmo, pela conjuntura sócio-política contemporânea, segundo Kramer (2017) e Mendonça e Caetano (2020).

Para Gelfert (2018, p. 91), a desinformação seria caracterizada pelo conteúdo desinformativo *by design* - isto é, que apresenta deliberadamente "alegações (tipicamente) falsas ou enganosas como notícias", com a intenção de enganar ou atacar alguém ou alguma instituição. Blake-Turner (2020) argumenta que as *fake news* colaboram para o esfacelamento do ambiente epistêmico, degradando as condições de aprendizado e divulgação de conhecimento ao minar a confiança nas instituições acadêmicas. Já Chambers (2020) procura elucidar a questão do ponto de vista da esfera pública, afirmando que as *fake news* deterioram o processo de opinião pública por meio da manipulação de informações, quebrando a confiança no processo democrático.

Em meio a boatos, teorias da conspiração, propaganda revestida de informação jornalística, operações coordenadas de manipulação do debate público e disputas entre narrativas políticas, a desinformação foi se constituindo como um fenômeno multifacetado, de múltiplos significados, ganhando corpo no entrecruzamento entre as transformações nas dinâmicas de comunicação possibilitadas pela internet, a emergência do populismo digital e a instrumentalização das categorias de "verdade" e "mentira" nas narrativas políticas.

Para além de um fenômeno derivado de transformações nas dinâmicas de comunicação ligadas à emergência de um movimento populista de direita ao redor do mundo, o que marca a desinformação



contemporânea é o fato de o tema e de o termo *fake news* terem ganhado tração no debate público não apenas para descrever uma desordem informacional, mas como um instrumento de disputa política, por meio do qual narrativas do que conta como verdade e mentira são veiculadas. Configurando um fenômeno bidimensional, *fake news* não seriam apenas a criação intencional de desinformação pseudojornalística, mas um rótulo que descreve a instrumentalização política do termo, conforme Egelhofer e Lecheler (2019).

Farkas e Schou (2018) esclarecem que *fake news* se tornaram componente central das disputas políticas contemporâneas, convertendo-se em um “significante flutuante”. Trabalhando a partir da teoria do discurso de Laclau, os autores ressaltam que significantes instáveis surgem em períodos de crises orgânicas, nas quais se delineiam polarizações e extremismos políticos, com a queda da credibilidade de instituições e da mídia tradicional. Esses significantes, ao estarem articulados em narrativas opostas, tornam-se o ponto focal nos discursos que lutam pela hegemonia, flutuando entre mundos “como parte das lutas de poder político para capturar e fixar seu significado” (FARKAS; SCHOU, 2018, p. 78).

3 O combate à desinformação: concepções de verdade e abordagens regulatórias

Desde 2016, a disseminação de *fake news* se tornou objeto de preocupações no debate público e passou a ser vista como um risco à integridade democrática. Governos e atores da sociedade civil ao redor do mundo passaram a discutir o papel das redes sociais no “fenômeno da pós-verdade” e estratégias regulatórias de combate à desinformação. Sem consenso em torno das origens e fatores que caracterizam e alimentam a desinformação, os caminhos propostos são variados, algumas vezes resultando em riscos à liberdade de expressão e à garantia a direitos fundamentais.

Em 2018, foi publicada, na França, a Lei Contra Manipulação da Informação, com o objetivo de lidar com a desinformação eleitoral que



concede poderes para a remoção de conteúdos e bloqueio de sites (FUNKE; FLAMINI, 2021). Na Alemanha, em 2017, foi aprovada a NetzDG, segundo Brant *et al.* (2021), um instrumento regulatório referência para a regulação de conteúdo das plataformas. A legislação alemã optou por punir as plataformas e se fixou em questões mais específicas, como a contenção do discurso de ódio. Já a União Europeia vem fazendo uma discussão mais ampla para regulação das plataformas por meio de dois pacotes legislativos ainda em discussão: o *Digital Services Act* (voltado para o usuário) e o *Digital Markets Act* (voltado para o mercado das plataformas).

Por sua vez, a Malásia, no sudeste asiático, editou uma lei que penaliza os produtores de *fake news* com até seis anos de prisão com a justificativa de restringir a circulação de informações falsas que, segundo Farkas e Schou (2020), impõe riscos à liberdade de expressão da oposição. Outra legislação que é vista como problemática em relação ao cerceamento da liberdade de expressão é o Ato de Proteção contra Falsidades e Manipulação Online, de Singapura, em que, desde a sua implantação, “ativistas e jornalistas são advertidos e penalizados por publicarem conteúdo e/ou comentários que contenham crítica a alguma ação e órgão de governo” (BRANT *et al.*, 2021, p. 8).

No Brasil, o tema ganhou força com o processo eleitoral de 2018 e, em 2021, já tramitam mais de 80 propostas sobre a temática na Câmara dos Deputados (2021). Em abril de 2020, com tensões políticas e o início da pandemia, as crescentes preocupações em torno do tema culminaram na proposição do “Projeto de Lei das *Fake News*”, que, após um início considerado apressado, acabou aprovado pelo Senado Federal em junho do mesmo ano, sendo remetido à Câmara dos Deputados, onde segue a tramitação.

O impulso à adoção de medidas jurídico-regulatórias contra a desinformação colide com a ausência de contornos claros capazes de caracterizar o fenômeno com precisão. Essa complexidade de fenômenos e manifestações, que vieram a ser agrupados sob o rótulo de “desinformação”, “fake news” ou “pós-verdade”, exige um olhar mais detido



sobre as iniciativas regulatórias de combate à desinformação. Na medida em que os contornos do problema não são fixos e claros, abordagens regulatórias partem de compreensões diversas do que é “desinformação”, e revelam, muitas vezes, leituras da realidade social e até projetos políticos implícitos.

Farkas e Schou (2020) argumentam que os mundos da pós-verdade, definidos como formações discursivas e imaginários políticos sobre o que conta como verdade e mentira, se caracterizam como um campo de disputas e contestações políticas. Nesse sentido, para Farkas e Schou (2018), o termo *fake news* se tornou um significante flutuante, mobilizado e instrumentalizado por projetos políticos profundamente distintivos como forma de construir identidades e antagonismos políticos e de criticar e deslegitimar oponentes. Essa leitura pode ser extrapolada para o todo o debate sobre desinformação. Diferentes concepções sobre o que é “fake news”, ou “desinformação”, conforme Farkas e Schou (2018), produzem e articulam campos de disputa política envolvendo a realidade social, a partir de leituras de como ela é e projetos sobre como ela deve ser.

Há uma certa instrumentalização do conceito de verdade, em que as concepções dela são utilizadas com base em leituras sociais e políticas, elevando o tom subjetivo do conceito. A seara é, portanto, disputada narrativamente. Um desses campos de disputa atuais se encontra na arena jurídico-regulatória, na qual narrativas sobre desinformação e seus respectivos ideais normativos são materializados na reestruturação de políticas, normas, práticas e arquiteturas tecnológicas que, conforme Farkas e Schou (2020), tem o objetivo de salvar a democracia e garantir a ordem social, de acordo com determinado projeto político ou visão sobre o que representa a verdade.

O PL das *Fake News*, como ficou conhecido o projeto da “Lei Brasileira de Liberdade, Responsabilidade e Transparência na Internet”, foi inicialmente proposto na Câmara dos Deputados pelos deputados Felipe Rigoni (PSB) e Tábata Amaral (PDT). À época, a abordagem regulatória proposta no PL 1429/2020 foi criticada por pesquisadores e pela sociedade

REU, Sorocaba, SP, v. 47, n. 2, p. 363-393, dez. 2021.



civil, como Brito Cruz e Valente (2020) e a Coalizão Direitos na Rede (2020), em razão dos riscos aos direitos fundamentais que apresentava. Em meio às críticas, os deputados solicitaram que o PL fosse retirado de tramitação e arquivado.

Em seguida, propuseram um novo texto, o PL 2.927/20, que foi simultaneamente apresentado no Senado Federal pelo senador Alessandro Vieira (Cidadania-SE) como PL 2630/2020. Este texto levado ao Senado tramitou ao longo de dois meses na casa e, após ter passado por diversas versões e sofrido pressões de diferentes setores e da sociedade civil, terminou aprovado pelo plenário em 30 de junho de 2020. Atualmente, encontra-se em tramitação na Câmara dos Deputados.

Para realizar a análise proposta, escolhemos dois momentos da tramitação do PL: (1) o texto inicial apresentado por Tábata Amaral e Felipe Rigoni, o PL 1429/2020, em abril de 2020, que deu início aos debates em torno de uma regulação contra a desinformação no país; e (2) a última versão do projeto, aprovado no Senado em junho de 2020. Ao analisar ambas e compará-las, buscamos identificar as narrativas sobre desinformação e os respectivos ideais normativos que informaram a proposta em abril de 2020 e, em que medida, ao longo do processo de tramitação, elas foram discutidas e reformuladas, resultando na versão aprovada em junho de 2020.

Tendo como ponto de partida a abordagem proposta por Farkas e Schou (2018; 2020), em diálogo com as leituras sobre o fenômeno da desinformação de Braun e Eklund (2019), Graham (2017), Bakir e Mcstay (2017), Srnicek (2018), Blake-Turner (2020), Chambers (2020) e Farkas e Schou (2020), elaboramos quatro categorias que refletem estratégias distintas de responsabilização e de combate à desinformação e que partem de leituras diversas sobre o fenômeno e suas causas: 1) Reafirmação da Verdade: regras que estabelecem algum tipo de controle sobre o conteúdo desinformativo a partir de uma análise sobre elementos de “veracidade” ou “mentira”, com o objetivo de restabelecer a verdade e a autoridade da política, da ciência e do jornalismo, conforme Farkas e Schou (2020), tendo



como pressuposto uma compreensão da desinformação enquanto um fenômeno derivado de alguma distorção epistêmica, de acordo com Blake-Turner (2020) e Chambers (2020) e de uma derrota imposta à verdade e à produção de conhecimento, segundo Farkas e Schou (2020); 2) Recuperação da Integridade do Debate Público: regras que buscam regular o comportamento online, seja a partir do fomento a certos tipos de comportamento que contribuíram para um debate público íntegro e autêntico, como a construção de resiliência contra a desinformação através da educação midiática, segundo Farkas e Schou (2020), seja a partir do controle de comportamentos inautênticos ou que de alguma forma deturpam o debate público, tal como esclarece Brito Cruz, Massaro e Fragoso (2020). Combate aos Mercados e Organizações de Desinformação: regras que buscam identificar e responsabilizar os responsáveis pela produção e circulação de desinformação, tendo como pressuposto uma compreensão da desinformação enquanto um fenômeno que decorre da produção e disseminação centralizada, coordenada e intencional de conteúdo desinformativo ou de baixa qualidade, seja com o intuito de obter lucro em razão dos incentivos econômicos da infraestrutura do mercado de anúncios online, como esclarecem Braun e Eklund (2019) e Graham (2017), seja com finalidades político-ideológicas, segundo Bradshaw e Howard (2018) e 4) Regulação da Estrutura de Comunicação Digital: regras que buscam modificar ou regular aspectos das tecnologias digitais de comunicação e informação, com o objetivo de restabelecer as condições estruturais para um ambiente de comunicação íntegro e saudável, tendo como pressuposto a compreensão da desinformação enquanto um fenômeno profundamente atrelado à emergência da internet e das redes sociais e seus impactos para as dinâmicas de produção, circulação e consumo de informação, atrelando à tecnologia ou às redes sociais a origem do problema da desinformação e as respectivas soluções para eles, conforme Farkas e Schou (2020).

Cada um dos textos do PL analisados foi codificado a partir dessas categorias. Tal categorização foi realizada com base em uma análise de REU, Sorocaba, SP, v. 47, n. 2, p. 363-393, dez. 2021.



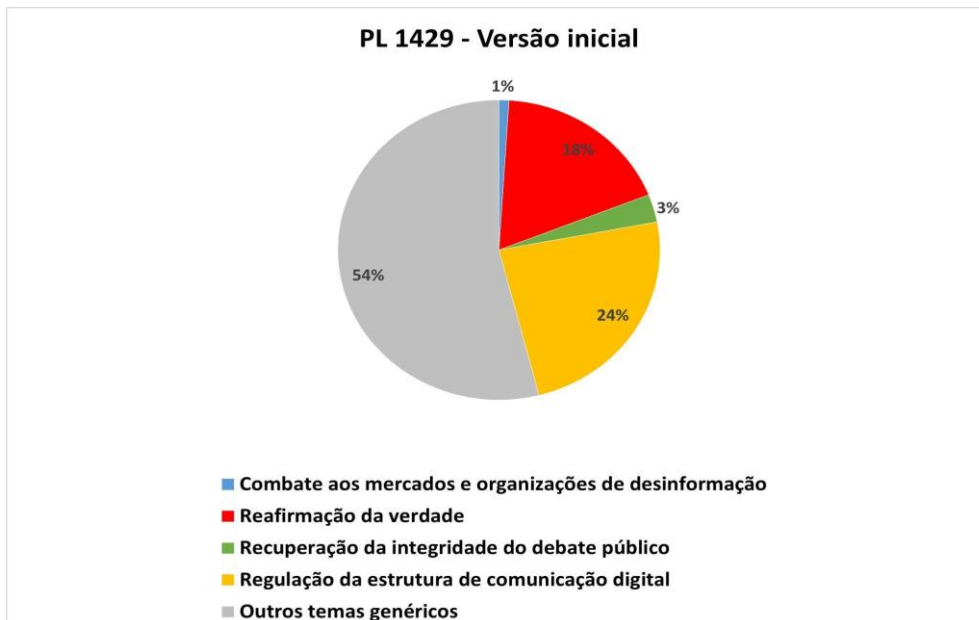
conteúdo que segue a proposta metodológica de Bardin (1977). A cada regra distinta, analisamos a visão sobre os fatores que contribuem para a disseminação de desinformação que informam a solução proposta. A partir dessa análise, foi atribuída a categoria correspondente. Nos casos de regras introdutórias, que estabelecem conceitos gerais para a aplicação da legislação, ou de fatores que não possuem nenhuma relação muito clara com o fenômeno da desinformação, não foi atribuída nenhuma categoria.

A fim de também estabelecer uma análise visual, foram atribuídas cores às categorias, com o objetivo de visualizar a predominância de determinadas temáticas em detrimento de outras. Assim, para a Reafirmação da Verdade foi designada a cor vermelha, para Recuperação da Integridade do Debate Público foi designada a verde, o Combate aos Mercados e Organizações de Desinformação foi marcado em azul e a Regulação da Estrutura de Comunicação Digital ganhou destaques em amarelo.

Uma vez codificados os textos, foi realizada uma análise das continuidades e alterações entre a versão do primeiro projeto e a versão final aprovada pelo Senado Federal, com o objetivo de identificar as diferentes compreensões do fenômeno da desinformação que informaram a construção e proposição do PL das *Fake News* em seu momento inicial e mostrar em que medida as pressões e debates ocorridos ao longo de sua tramitação no Senado Federal levaram à reformulação de regras, resultando na inclusão, na supressão ou na alteração de concepções sobre desinformação no texto aprovado.

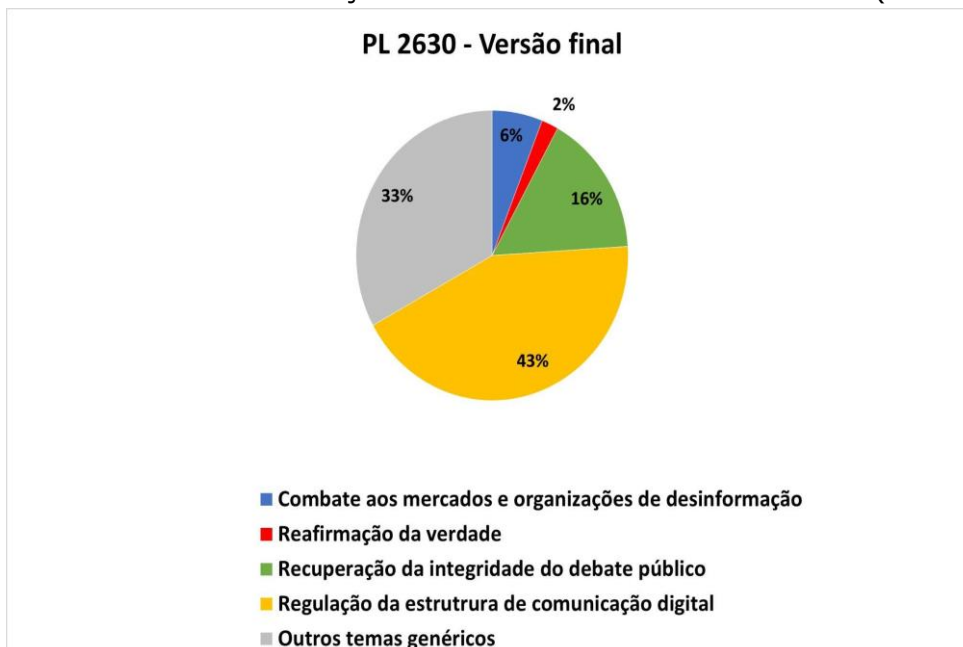
Os dois gráficos apresentados a seguir mostram a evolução de alguns desses itens e a retração de outros na comparação entre a versão do PL 1429/2020 e o texto final. Na sequência, cada um dos temas e sua trajetória entre as duas propostas serão analisados.

Gráfico 1 - Distribuição dos temas na versão inicial do texto (PL 1429).



Fonte: elaborado pelas autoras.

Gráfico 2 - Distribuição dos temas na versão final do texto (PL 2630).



Fonte: elaborado pelas autoras.



4 Da reafirmação da verdade à regulação de comportamentos e ao combate às organizações de desinformação: o caminho do PL das *fake news*

Com a intensificação da polarização e das tensões políticas, a desinformação ganhou protagonismo no debate público. Ao ser proposto em abril de 2020, o PL 1429/20 fazia referência aos riscos da desinformação à saúde pública e à integridade democrática. Em meio a uma crise política acirrada diante da pandemia de Covid-19, a narrativa sobre desinformação emergiu como mais uma arma na disputa política, materializando-se em uma proposta legislativa de combate à desinformação.

Essa materialização refletiu em uma abordagem regulatória preocupada com a reafirmação da verdade e com a recuperação da autoridade da ciência e do jornalismo, como esclarece Farkas e Schou (2020), por meio de mecanismos de controle de conteúdo “falso”, “enganoso”, “inautêntico” ou de baixa qualidade que não raro passava pela checagem de fatos realizada pelo jornalismo.

A transposição dessa narrativa implicou na adoção de regras abertas, com termos amplos e indeterminados, capazes de serem apropriadas como instrumentos de disputa política, colocando em risco a liberdade de expressão e outros direitos fundamentais. O projeto se tornou, então, alvo de críticas de diversos atores da academia e da sociedade civil, o que levou, após debates e pressões, a alterações substanciais na versão aprovada no Senado.

Após diversas versões e debates com atores da sociedade civil, com concepções diversas sobre desinformação, o PL abandonou a proposta de reafirmação da verdade, amadureceu as medidas de regulação da estrutura de comunicação digital - que já haviam aparecido de maneira significativa na primeira versão -, e incluiu abordagens mais robustas de recuperação da integridade do debate público e de combate aos mercados e organizações de desinformação, colocando em foco a responsabilidade de plataformas de mídia social e de mensageria privada e de atores políticos e agentes públicos.



Uma análise visual e quantitativa da categorização de ambos os textos revela no texto inicial (Figura 1) uma predominância significativa de estratégias regulatórias de “reafirmação da verdade” - categorizadas com a cor vermelha -, num total de 18%. Esta abordagem praticamente desapareceu, com presença de apenas 2% no texto final (Fig. 2). Ao passo que as estratégias de Regulação da Estrutura de Comunicação Digital (em amarelo) ganharam espaço, subindo de 24% para 43%. Além disso, foram introduzidas regras que visam o Combate aos Mercados e Organizações de Desinformação (em azul) e a Recuperação da Integridade do Debate Público (em verde), as duas categorias que tiveram o maior crescimento, passando a primeira, na análise quantitativa, de uma presença tímida de 1% para 6% no texto final e a segunda de 3% no PL 1429/2020 para 16% no PL 2630/2020.

Figura 1 - Categorização do PL 1429/2020 apresentado pelos deputados federais Tábata Amaral e Felipe Rigoni

<p>CAPÍTULO I DISPOSIÇÕES PRELIMINARES</p> <p>Art. 1º Esta Lei estabelece diretrizes de atuação para provedores de aplicação com receita bruta total no ano-calendário superior a R\$ 72.000.000,00 (setenta e dois milhões de reais) em relação a contas anônimas, disseminação de desinformação, conteúdos, anúncios online e propagandas políticas patrocinadas no Brasil.</p> <p>§ 1º O valor da receita bruta de que trata o caput poderá ser reduzido por empresa, grupo ou conglomerado que tenha como atuação econômica relevante o disposto no inciso II do art. 4º.</p> <p>§ 2º O disposto no caput aplica-se também às atividades sejam realizadas por pessoa jurídica sediada no exterior, desde que efetue serviço ao público brasileiro ou seja pessoa integrante do mesmo grupo econômico pessoa estabelecimento no Brasil.</p> <p>§ 3º Os provedores de aplicação com receita bruta inferior ao caput devem considerar as disposições desta Lei como boas práticas a serem seguidas, buscando utilizar medidas adequadas e proporcionais no combate à desinformação e na transparência sobre conteúdos pagos.</p> <p>Art. 2º O disposto nesta Lei deve levar em conta os princípios e garantias contidos nas Leis nºs 12.965, de 23 de abril de 2014, e 12.739, de 14 de agosto de 2016.</p> <p>Art. 3º A Lei Brasileira de Liberdade, Responsabilidade e Transparência Digital na Internet tem como objetivos:</p> <ol style="list-style-type: none">I - o fortalecimento do processo democrático por meio do combate à desinformação e o fomento à pluralidade de informações na internet no Brasil;II - a busca por maior transparência sobre conteúdos pagos disponibilizados para o usuário;III - desestimular o uso de contas anônimas para disseminar desinformação nas aplicações de internet; <p>Art. 4º Para os efeitos desta Lei, considera-se:</p> <ol style="list-style-type: none">I - provedor de aplicação: pessoa física ou jurídica responsável por aplicações de internet, definidas nos termos do art. 5º, VII da Lei nº 12.965, de 2014;II - alcance significativo: conteúdo cuja visualização supera 5.000 pessoas;III - desinformação: conteúdo falso ou enganoso que é propositalmente colocado fora de contexto, manipulado ou completamente forjado com o intuito de enganar pessoas e/ou;IV - seja desinformação para obter ganhos econômicos: oV - Poder causar danos políticos: como fraudes eleitorais, e risco à estabilidade democrática, ao funcionamento de serviços públicos, à integridade física e moral	<p>de pessoas e grupos identificáveis por sua raça, gênero, orientação sexual ou religião ideológica ou consequências negativas à saúde individual ou coletiva</p> <p>IV - conta: qualquer acesso à aplicação de internet concedido para indivíduos ou grupos e que permite a publicação de conteúdo;</p> <p>V - conta anônima: conta que dissemina desinformação criada ou usada com o propósito de desviar inconscientemente conteúdos ou disseminar assuntos identificados de terceiros pessoas para enganar o público;</p> <p>VI - bot ou robô: programas criados para imitar, substituir ou facilitar atividades de usuários na execução de tarefas repetitivas em aplicações de internet;</p> <p>VII - Botnet: conjunto de bots controlados por um grupo de pessoas, uma conta eletrônica, um governo ou uma empresa;</p> <p>VIII - conteúdo: dados ou informações, processados ou não, que podem ser utilizados para produção e transmissão de conteúdo em sentido amplo, contidos em qualquer meio, suporte ou formato, compartilhado em uma aplicação de internet, independentemente da forma de distribuição, publicação ou transmissão utilizada pela internet;</p> <p>IX - conteúdo patrocinado: qualquer conteúdo criado, postado, compartilhado ou outreado como conteúdo por indivíduos em troca de pagamento pecuniário ou equivalente em dinheiro;</p> <p>X - anúncios online: qualquer conteúdo promovido ou impulsionado por meio de pagamento de uma retribuição pecuniária ou equivalente em dinheiro relacionado à política, eleições ou outros temas de interesse nacional que:</p> <ol style="list-style-type: none">a) não tenha por ou em nome de alguém que foi ou é atualmente candidato a um cargo público, um representante eleito ou em nome de um partido político, um comitê de ação política ou em uma eleição para um cargo público;b) relacionada a qualquer eleição, referendo, iniciativa de votação, incluindo campanhas de incentivo ao voto ou campanhas de informação sobre as eleições; ec) relacionadas com qualquer assunto relacionado à política nacional ou internacional, que tenha importância pública em qualquer lugar que o conteúdo pago está sendo exibido, oud) são reguladas como propaganda política pela legislação brasileira. <p>XII - verificadores de fatos independentes: pessoa jurídica que realiza uma verificação objetiva de fatos de acordo com os critérios estabelecidos no artigo 12.</p> <p>XIII - algoritmo de visualização: qualquer um provedor de aplicação utiliza um processo automatizado para determinar quando, como, e em qual ordem um conteúdo é apresentado a um usuário, incluindo ferramentas que recomendam ou disponibilizam automaticamente conteúdos baseados nas preferências dos usuários ou em interações anteriores.</p>	<p>CAPÍTULO II DA RESPONSABILIDADE DOS PROVEDORES DE APLICAÇÃO NO COMBATE À DESINFORMAÇÃO E AUMENTO DA TRANSPARENCIA NA INTERNET</p> <p>Seção I Disposições Gerais</p> <p>Art. 5º Os provedores de aplicação de internet de que trata esta Lei devem prover e usar:</p> <ol style="list-style-type: none">I - contas anônimas;II - bots e robôs que disseminam desinformação;III - bots não robóticos, que são aqueles cujo uso não é comunicado ao provedor de aplicação identificado para usos legítimos; <p>§ 1º O conteúdo: anúncios online ou propagandas políticas patrocinadas não robóticas, que não aqueles cujo uso não é comunicado ao provedor de aplicação identificado para usos legítimos;</p> <p>§ 2º Os provedores de aplicação devem regular a utilização lícita de pseudônimos e outros usos legítimos de suas contas e serviços, nos termos do artigo 5, IX e XII da Constituição Federal, respeitado o direito a honra e à imagem;</p> <p>§ 3º Os usuários de que trata esta Lei devem ser identificados por mecanismos de navegação dedicados aos usuários e mantidos inclusive quando o conteúdo ou identificação for compartilhado, encaminhado ou repassado de qualquer maneira;</p> <p>§ 4º Cada usuário deve ser responsável pelo comportamento de disseminação de desinformação nas redes, os provedores de aplicação devem desenvolver procedimentos de acompanhamento para melhorar as práticas do usuário contra comportamentos ilícitos, incluindo a proibição contra o uso de imagens manipuladas para entrar a realidade ("deep fake"), entre outros.</p> <p>Seção II Dever de Transparência dos Provedores de Aplicação</p> <p>Art. 6º Os provedores de aplicação de que trata esta Lei devem tomar público em suas páginas na internet em português, dados atualizados sobre as providências tomadas em relação a contas anônimas, bots não robóticos e conteúdos, anúncios ou propagandas políticas patrocinadas não robóticas, discurso de ódio, exploração infantil, nudez não consentida e outros riscos, bem como: produzir relatórios periódicos contendo o detalhamento dessas iniciativas;</p> <p>§ 1º Os dados e os relatórios publicados devem ser disponibilizados com padrões tecnológicos abertos que permitam a comunicação, a acessibilidade e a interoperabilidade entre aplicações e bases de dados;</p> <p>§ 2º Os dados sobre as providências adotadas devem ser atualizados, no mínimo, mensalmente;</p> <p>§ 3º Os relatórios devem ser publicados a cada trimestre e, durante período de campanha eleitoral, mensalmente.</p>
<p>Seção III Das Medidas contra a Desinformação</p> <p>Art. 7º Os provedores de aplicação de que trata esta Lei devem tomar medidas proativas para proteger seus serviços contra a disseminação de desinformação através de medidas técnicas compatíveis com os padrões internacionais e pelo estímulo ao uso de boas práticas;</p> <p>Art. 8º Os provedores de aplicação devem ser transparentes em relação a conteúdos potencialmente desinformativos e encaminhar tal conteúdo para verificadores de fatos independentes o mais rápido possível após a publicação, sendo no máximo 12 (doze) horas para a adoção das providências indicadas nesta Lei;</p> <p>Art. 10 As medidas proativas devem ser efetivas, proporcionais, não discriminatórias e devem considerar os direitos fundamentais dos usuários, em particular a liberdade de expressão e o respeito à legislação de proteção de dados pessoais;</p> <p>Parágrafo único: Em qualquer ação tomada em cumprimento a esta Lei, em relação a conta ou conteúdo de usuário, os provedores de aplicação devem notificar o usuário sobre a medida tomada e apresentar claramente ao usuário:</p> <ol style="list-style-type: none">I - o conteúdo desinformativo disseminado, de modo que seja possível a identificação de onde produtores e disseminadores de desinformação;	<p>Art. 11: Respeitado o disposto no art. 5º da Lei nº 12.965, de 2014, quando um conteúdo alcançar significativo for checado por verificadores de fatos independentes e constatado desinformação, os provedores de aplicação devem implementar medidas proativas para minimizar a disseminação de conteúdo como:</p> <ol style="list-style-type: none">I - desabilitar os recursos de transmissão do conteúdo desinformativo para mais de um usuário por vez no caso de serviços de mensagens instantâneas ou quando aplicável;II - rotular o conteúdo desinformativo com tal, inclusive em serviços de mensagens instantâneas;III - mostrar o nome do criador original do conteúdo quando tal conteúdo for compartilhado;IV - desmarcar aplicativamente ou eliminar a publicidade e alcance da desinformação verificada por meio de ajuste no algoritmo de visualização de provedor de aplicação da internet; <p>Parágrafo único: As medidas proativas para minimizar a disseminação de conteúdo desinformativo devem estar especificadas nos contratos de prestação de serviços ou em políticas ou bases de aplicativos de conteúdo como:</p> <p>Art. 12: E obrigatória a disponibilização de serviço de revisão do conteúdo considerado como desinformativo ao usuário;</p> <p>Art. 13: E validação e publicação de conteúdo verificado e revisado como desinformação nos termos do art. 12;</p> <p>Art. 14: Para cada conteúdo com alcance significativo que for apurado como desinformação pelos verificadores de fatos independentes, os provedores de aplicação deverão disponibilizar a conexão hiperlink apontando para o conteúdo original e as pessoas atingidas incidentalmente;</p> <p>Art. 15: Consideram-se boas práticas para combater a desinformação:</p> <ol style="list-style-type: none">I - o uso de correções proativas em verificadores de fatos independentes com ênfase nos fatos;II - estar à disposição da informação falsa ou enganosa; <p>Art. 16: Os provedores de aplicação devem fornecer um mecanismo acessível e destacado para qualquer usuário reportar desinformação ou solicitar uma correção;</p> <p>Art. 17: Os provedores de aplicação devem disponibilizar aos verificadores de fatos independentes para criar e manter um banco de dados comuns de desinformações verificadas, cujo conteúdo deve ser disponibilizado publicamente;</p> <p>Seção IV Das Providências de Aplicação de Mensagens Instantâneas</p> <p>Art. 18: Os provedores de aplicação que prestarem serviços de mensagens instantâneas, inclusive os criadores, devem identificar aos usuários o produtor das mensagens escritas por terceiros e as mensagens que tiveram origem ou disseminação de terceiros;</p>	<p>§ 4º Os dados e os relatórios publicados devem ser disponibilizados com padrões tecnológicos abertos que permitam a comunicação, a acessibilidade e a interoperabilidade entre aplicações e bases de dados;</p> <p>§ 5º Os dados sobre as providências adotadas devem ser atualizados, no mínimo, mensalmente;</p> <p>§ 6º Os relatórios devem ser publicados a cada trimestre e, durante período de campanha eleitoral, mensalmente;</p> <p>§ 7º Os dados e os relatórios publicados devem ser disponibilizados com padrões tecnológicos abertos que permitam a comunicação, a acessibilidade e a interoperabilidade entre aplicações e bases de dados;</p> <p>§ 8º Os dados sobre as providências adotadas devem ser atualizados, no mínimo, mensalmente;</p> <p>§ 9º Os relatórios devem ser publicados a cada trimestre e, durante período de campanha eleitoral, mensalmente;</p> <p>§ 10: Os provedores de aplicação que prestarem serviços de mensagens instantâneas que funcionam mecanismo de transmissão em massa devem regular o consentimento do usuário antes de entregar as mensagens;</p> <p>§ 11: As configurações para transmissão de mensagens devem por padrão serem definidas como "invisíveis" e os usuários devem optar manualmente para tornar o recebimento de conteúdos transmitidos;</p> <p>§ 12: O consentimento do usuário é necessário somente na primeira vez em que um usuário deseja enviar uma mensagem;</p> <p>§ 13: Os serviços devem fornecer meios acessíveis e destacados para que usuários relatem o consentimento dado previamente;</p> <p>Art. 20: Os provedores de aplicação que prestarem serviços de mensagens instantâneas devem utilizar todos os meios em seu alcance para limitar e evitar e assegurar aos seus usuários a presença de conteúdo desinformativo, sem prejuízo da garantia à privacidade e ao respeito às comunicações pessoais;</p> <p>§ 1º Os provedores de aplicação mencionados no caput devem observar as normas de transparência previstas nos arts. 6º e 7º desta Lei;</p> <p>§ 2º Os provedores de aplicação mencionados no caput deverão, ainda, e mediante requisição de Autoridade Nacional de Proteção de Dados, apresentar relatório descritivo das medidas tomadas para o cumprimento da medida disposta, incluindo estatísticas acerca dos resultados obtidos;</p> <p>CAPÍTULO III DA ATUAÇÃO DOS VERIFICADORES DE FATOS INDEPENDENTES</p> <p>Art. 21: Para ser qualificado como verificador de fatos independentes, a pessoa jurídica deve:</p> <ol style="list-style-type: none">I - ser independente de governo e de partidos políticos;II - comprometer-se com o princípio da imparcialidade, precisão e transparência;III - realizar a verificação das informações por pares, com a devida identificação dos avaliadores;IV - divulgar em site público a identificação do pessoal contratado e responsável pela verificação;V - adotar as melhores práticas internacionais de verificação de fatos;VI - não estabelecer relações com quaisquer interesses comerciais; eVII - cumprir integralmente o disposto no Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros;VIII - emitir relatórios públicos trimestrais com dados qualitativos e quantitativos sobre a desinformação, incluindo o número de conteúdos realizados, e conteúdo verificado com as devidas fontes, a quantidade de correções emitidas e o banco de dados de que trata o art. 17, I;
<p>IX - permitir auditorias públicas a annual, bem como estudos de acadêmicos que possam verificar o cumprimento dos verificadores de fatos sobre as disposições desta Lei;</p> <p>Art. 22: O provedor de aplicação pode escolher de qual verificador de fatos independente há enviar a conexão para os usuários, devendo levar em consideração a reputação da entidade, bem como sua capacidade de cumprir de maneira mais eficiente a desinformação;</p> <p>Parágrafo único: Para garantir maior eficiência e desde que cumpra os princípios da imparcialidade, precisão e transparência, o verificador de fatos independente poderá notificar correções distintas para diferentes públicos-alvo;</p> <p>Art. 23: Os verificadores de fatos independentes são responsáveis por suas próprias atividades e não são responsáveis pelo conteúdo de desinformação que não é de sua autoria;</p> <p>CAPÍTULO IV DA TRANSPARENCIA EM RELAÇÃO A CONTEÚDOS PATROCINADOS, ANÚNCIOS ONLINE E PROPAGANDA POLÍTICA PATROCINADA</p> <p>Art. 24: Com o propósito de garantir transparência, os provedores de aplicação devem fornecer a todos os usuários um meio dedicado e de fácil acesso para a visualização do histórico e de todos os conteúdos patrocinados, anúncios online e propaganda política patrocinada com os quais o usuário teve contato nos últimos 6 (seis) meses;</p> <p>Art. 25: É proibido postar conteúdo patrocinado, anúncio online ou propaganda política patrocinada que não esteja em conformidade com os requisitos de rotulagem determinados nesta Lei;</p> <p>Art. 26: Com o propósito de garantir transparência, os provedores de aplicação devem exigir que todos os conteúdos patrocinados, anúncios online e propaganda política patrocinada indiquem relação que:</p> <ol style="list-style-type: none">I - identifique quem se trata de conteúdo pago ou promovido, identificando o pagador do conteúdo;II - direcione o usuário para acessar informações sobre o pagador do conteúdo, seja pessoa física ou jurídica, seus dados de contato;III - direcione o usuário para acessar informações de quais as fontes de informação e os critérios para a escolha de publico-alvo do anúncio; <p>Art. 27: Para garantir transparência propagandas políticas patrocinadas devem conter adicionalmente as seguintes informações:</p> <ol style="list-style-type: none">I - apresentar se a propaganda foi paga por um partido político e, em caso positivo, indicar o nome do partido na rotulagem;II - dados sobre todos anúncios e propagandas que o patrocinador realizou nos últimos	<p>12 (doze) meses, incluindo aqueles em execução no momento em que ele receber a propaganda;</p> <p>Art. 28: Os provedores de aplicação devem requerer aos anunciantes que desejam publicar propagandas políticas patrocinadas que contêm sua identificação, a localização, inclusive por meio de apresentação de documento de identidade válido;</p> <p>CAPÍTULO V DA ATUAÇÃO DO PODER PÚBLICO</p> <p>Art. 29: As aplicações de internet de entidades do poder público devem:</p> <ol style="list-style-type: none">I - adotar boas práticas de combate à desinformação, inclusive por meio de disponibilização de mecanismo acessível e destacado para qualquer usuário reportar desinformação; eII - utilizar os diretores de relações de conteúdos patrocinados e anúncios online promovidos pelo setor público; <p>Art. 30: O cumprimento do dever constitucional do Estado na prestação de serviços educacionais, para o uso seguro, contido e responsável da internet, incluindo campanhas para evitar a desinformação na internet e promover a transparência sobre conteúdos patrocinados na internet;</p> <p>Art. 31: O Estado deve apoiar os estudos de que trata o art. 23 da Lei nº 12.965, de 2014, diagnósticos sobre a desinformação na internet e transparência de conteúdos patrocinados na internet;</p> <p>Art. 32: Os órgãos públicos devem promover campanhas para servidores públicos sobre a importância de combater à desinformação e transparência de conteúdos patrocinados na internet;</p> <p>Art. 33: Ações de publicidade e comunicação governamental devem, necessariamente, publicar informações baseadas em evidências científicas;</p> <p>Parágrafo único: A desinformação política não deve ser utilizada hipótese, disseminar desinformação, por meio de contas anônimas, bots ou robôs;</p> <p>CAPÍTULO VI DAS SANÇÕES</p> <p>Art. 34: Sem prejuízo das demais sanções cíveis, criminais ou administrativas, os provedores de aplicação ficam sujeitos às seguintes sanções:</p> <ol style="list-style-type: none">I - advertência, com indicação de prazo para adoção de medidas corretivas;II - multa de até 10% (dez por cento) do faturamento do grupo econômico no Brasil no seu último exercício, excluídos os tributos, considerados a condição econômica do infrator e o princípio da proporcionalidade entre a gravidade da falta e a intensidade da sanção;	<p>III - suspensão temporária das atividades; ou</p> <p>IV - proibição de exercício das atividades no país;</p> <p>Parágrafo único: Conforme o caso, as sanções podem ser aplicadas de forma isolada ou cumulativa;</p> <p>CAPÍTULO VII DISPOSIÇÕES FINAIS</p> <p>Art. 34: A Lei nº 8.421, de 2 de junho de 1993, passa a vigorar com a seguinte alteração:</p> <p>Art. 11.</p> <p>Art. 12.</p> <p>Art. 13.</p> <p>Art. 14.</p> <p>Art. 15.</p> <p>Art. 16.</p> <p>Art. 17.</p> <p>Art. 18.</p> <p>Art. 19.</p> <p>Art. 20.</p> <p>Art. 21.</p> <p>Art. 22.</p> <p>Art. 23.</p> <p>Art. 24.</p> <p>Art. 25.</p> <p>Art. 26.</p> <p>Art. 27.</p> <p>Art. 28.</p> <p>Art. 29.</p> <p>Art. 30.</p> <p>Art. 31.</p> <p>Art. 32.</p> <p>Art. 33.</p> <p>Art. 34.</p> <p>Art. 35. Esta Lei entra em vigor noventa dias após sua publicação.</p> <p>Brasília, de 2019, 18º da Independência e 129ª da República.</p>

Fonte: BRASIL. Câmara dos Deputados. Projeto de Lei n. 1429/20. 2020a. Grifos e marcações nossas.



5 Reafirmação da verdade: o conteúdo desinformativo e as agências de checagem

Ao mapear alguns dos argumentos implícitos nas respostas político-regulatórias à disseminação de “notícias falsas”, Farkas e Schou (2018) apontam que muitas das medidas para coibir ou punir a disseminação de desinformação passam pela reafirmação da verdade e da autoridade de campos tradicionais de produção da verdade. Trabalhando na dicotomia entre verdade e mentira, essas medidas, em regra, partem de uma perspectiva do conteúdo que é produzido, disseminado e/ou consumido, seja por meio de um controle ou sinalização do conteúdo “falso”, do fomento ao conteúdo íntegro, legítimo e “verdadeiro”, ou de uma mistura dessas abordagens.

O PL 1429 tinha como ponto central de sua proposta o restabelecimento da verdade por meio da reafirmação da autoridade do jornalismo, adotando uma abordagem que reunia tanto o controle do conteúdo “falso” quanto o fomento ao conteúdo “verdadeiro”, produzido a partir de parâmetros jornalísticos. O art. 5º do PL exigia que provedores de aplicação de internet - como é o caso das plataformas - proibissem as contas inautênticas, entendidas como contas que disseminam desinformação, e que tenham sido criadas ou usadas com o “propósito de deturpar intencionalmente conteúdos ou dolosamente assumir identidade de terceira pessoa para enganar o público” (BRASIL, 2020a, p. 2). Para isso, o texto se arriscava na árdua e controversa tarefa de definir desinformação, conceituada no artigo 4º como:

III - desinformação: conteúdo falso ou enganoso que foi propositadamente colocado fora de contexto, manipulado ou completamente forjado com o interesse de enganar público e que:

- a) Seja disseminado para obter ganhos econômicos; ou
- b) Possa causar danos públicos, como fraudes eleitorais, o risco à estabilidade democrática, ao funcionamento de serviços públicos, à integridade física e moral de pessoas e grupos identificáveis por sua raça, gênero, orientação sexual ou visão ideológica ou consequências negativas à saúde individual ou coletiva (BRASIL, 2020a).



À época, a previsão foi profundamente criticada por atores da sociedade civil, que viram um risco à liberdade de expressão na obrigação de as plataformas removerem contas “inautênticas” com base em uma conceituação de desinformação, conforme Brito Cruz e Valente (2020) e Coalizão Direitos na Rede (2020). Na medida em que a definição de desinformação é aberta e controversa, a aplicação prática dessas categorias depende do julgamento das plataformas que, atuando por uma lógica de menor risco econômico, tendem a remover mais conteúdos, ou contas, para evitar uma eventual punição.

Em paralelo, o projeto também exigia que os provedores de aplicação adotassem medidas contra a disseminação de desinformação (art. 8) e que enviassem conteúdos potencialmente desinformativos para checadores de fatos (art. 9), que deveriam verificar o conteúdo e se responsabilizar pelas checagens emitidas (art. 23). Se o conteúdo checado fosse considerado como “desinformação”, as plataformas deveriam adotar medidas para reduzir a disseminação do conteúdo, como rotular o conteúdo, desabilitar as ferramentas de compartilhamento, e/ou diminuir o alcance. A atuação do chegador também era regulamentada pelo texto (arts. 21 a 23), que estabelecia uma série de requisitos, inclusive o cumprimento do Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros.

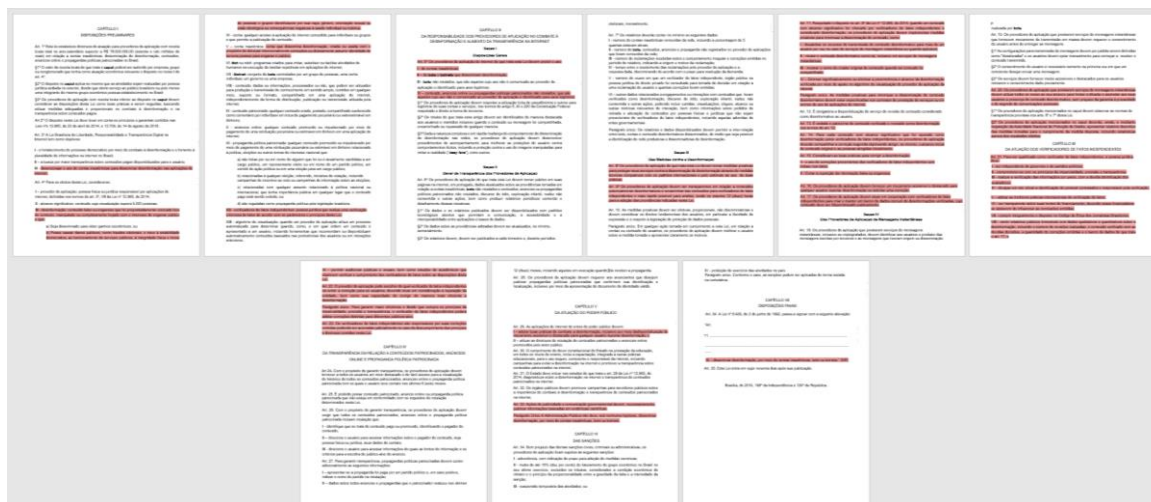
Ao colocar os checadores de fatos no papel de definir o que é verdadeiro ou falso, o que o texto propunha, na prática, era a recuperação da verdade por meio da reafirmação do papel do jornalismo na produção da verdade. Farkas e Schou (2020) apontam que muitas das medidas que se propõem a restabelecer a verdade envolvem a reafirmação do jornalismo, que é apresentado como elemento essencial para salvar a democracia do mal da pós-verdade. Para isso, surge uma variedade de esforços que buscam restabelecer ou elevar as práticas do jornalismo tradicional ao papel de supervisores da verdade. O texto inicial do PL 1429/20 é um exemplo claro desses esforços. Ao incluir os checadores na estrutura regulatória e exigir que as plataformas adotassem medidas a partir dessas checagens, o projeto colocava no jornalismo o papel de “árbitro da verdade”.



Essa proposta também foi alvo de várias críticas à época, não apenas por parte de atores da sociedade civil, que apontavam os riscos de exigir que as plataformas controlassem conteúdos sob pena de multa, mas das próprias agências de checagem, que criticavam não apenas a abordagem do controle de conteúdo, mas a própria atribuição às agências da função de supervisores da verdade, para Fávero (2020).

Ao longo do processo de tramitação, no entanto, o PL sofreu uma série de alterações que retiraram do texto todas as regras que estabeleciam algum tipo de controle sobre o conteúdo desinformativo. No texto final, aprovado pelo senado (Fig. 4), a única previsão que se aproxima desta abordagem por colocar em foco o conteúdo é o art. 20, que proíbe as autoridades públicas de veicular anúncios em *sites* ou contas de redes sociais que compartilham determinados tipos de conteúdo. Ainda assim, o conteúdo não é definido pelo texto em termos de “verdade” ou “mentira”, mas utilizando critérios que se aproximam mais de uma conceituação de discurso de ódio.

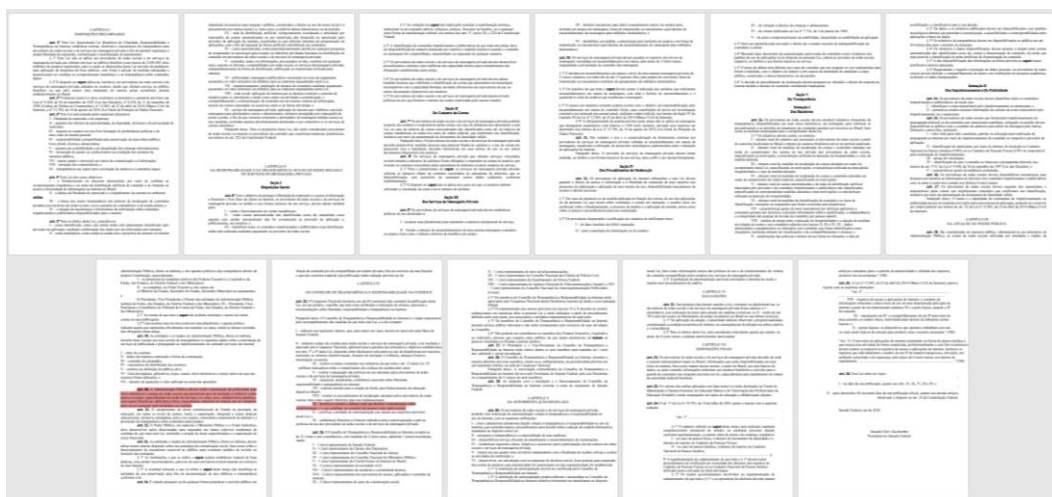
Figura 3 - Categoria ‘Reafirmação da Verdade’ presente no PL 1429/2020



Fonte: BRASIL. Câmara dos Deputados. **Projeto de Lei n. 1429/20**. 2020a. Grifos e marcações nossas.



Figura 4 - Categoria 'Reafirmação da Verdade' presente no PL 2630/2020



Fonte: BRASIL. Câmara dos Deputados. **Projeto de Lei n. 2630/20**. 2020b. Grifos e marcações nossas.

Com isso, o arranjo do texto final aprovado passou a refletir uma compreensão distinta do fenômeno da desinformação, que deixou de ser lido na chave da “verdade” e “mentira, como uma “distorção epistêmica, segundo Blake-Turner (2020) e Chambers (2020) e/ou de uma derrota à verdade e ao atual sistema de peritos e de construção de conhecimento, segundo Farkas e Schou (2020), e passou a ser compreendido pelos seus elementos estruturais e comportamentais. Em uma análise quantitativa, estabelecemos a porcentagem do discurso nos dois textos. No primeiro momento a reafirmação da verdade permeava 18% do PL 1429/2020, esse número diminuiu para 2% no PL 2630/2020, mostrando a clara retração dessa abordagem.

6 Recuperação da Integridade do Debate Público e Combate aos Mercados e Organizações de Desinformação

Enquanto o foco no controle do conteúdo desinformativo avaliado por critérios de “verdade” e “mentira” diminuiu significativamente no texto legislativo, foram surgindo outras propostas que abordavam a desinformação com foco na disseminação coordenada de informações falsas ou de baixa qualidade, conforme Lemos (2020), ou ainda sob a perspectiva REU, Sorocaba, SP, v. 47, n. 2, p. 363-393, dez. 2021.



de comportamentos inautênticos, que distorcem o debate público, como esclarece Brito Cruz, Massaro e Fragoso (2020).

No primeiro caso, a desinformação é lida em termos de manipulações orquestradas de forma mais ou menos centralizada por agentes ou organizações com finalidades políticas ou econômicas. Busca-se, assim, controlar não o conteúdo em si, mas identificar a origem dessa desinformação para impedir e, eventualmente, punir a atuação desses atores organizados. É a abordagem que ficou conhecida, de acordo com Lemos (2020), como “*follow the money*”. No primeiro texto analisado, a única referência geral a essa compreensão do fenômeno vinha na definição de desinformação enquanto um conteúdo falso ou enganoso disseminado para obter ganhos econômicos. Essa leitura do fenômeno se alinha a um dos aspectos da desinformação associado ao capitalismo digital: a criação de incentivos, pela estrutura e mercado da publicidade online, à produção de conteúdos falsos ou de baixa qualidade que atraem cliques e audiência, tal como explicam Bakir e Mcstay (2017), Farkas e Schou (2018) e Graham (2017).

Já no segundo caso, os comportamentos online, autênticos ou não, e o impacto que geram para a integridade do debate público são lidos como elementos do fenômeno da desinformação. A solução, nesse caso, é colocada na recuperação da integridade e da autenticidade do debate público, seja por meio da construção de resiliência contra a desinformação que, segundo Farkas e Schou (2020), seja pelo controle dos comportamentos inautênticos ou que, de alguma forma, deturpam o debate público, como esclarece Brito Cruz, Massaro e Fragoso (2020). No PL 1429/2020, essa abordagem aparecia em dois momentos, em suas duas facetas: na proibição de *bots* não rotulados, que deveriam ser removidos pelas plataformas (Art. 5, III); e no fomento, pelo poder público, da alfabetização midiática e de campanhas contra desinformação.

Na medida em que o restabelecimento da verdade por meio do controle de conteúdo foi perdendo espaço, essas duas abordagens,

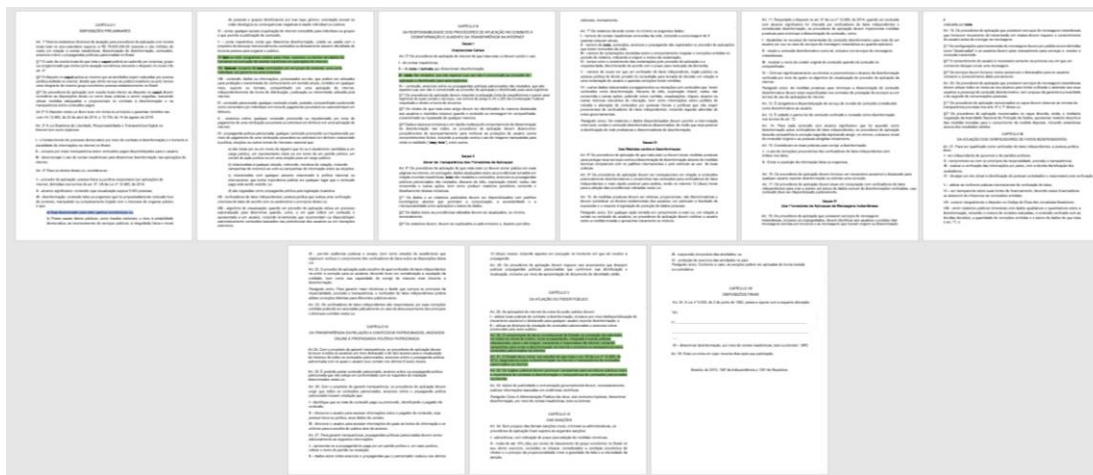


inicialmente tímidas, passaram a estruturar o PL 2630/2020. Na versão aprovada pelo Senado, elas já aparecem nos objetivos da lei (art. 4):

I – O fortalecimento do processo democrático por meio do **combate ao comportamento inautêntico e às **redes de distribuição artificial de conteúdo** e do fomento ao acesso à diversidade de informações na internet no Brasil (BRASIL, 2020b, *grifos nossos*).**

A partir da análise quantitativa, em que calculamos percentualmente a presença das categorias analisadas, vislumbramos o aumento significativo das duas abordagens. Esse aumento representou 433% na intenção de recuperar a integridade do debate público (verde) e 500% na busca em combater os mercados e organizações de desinformação (em azul).

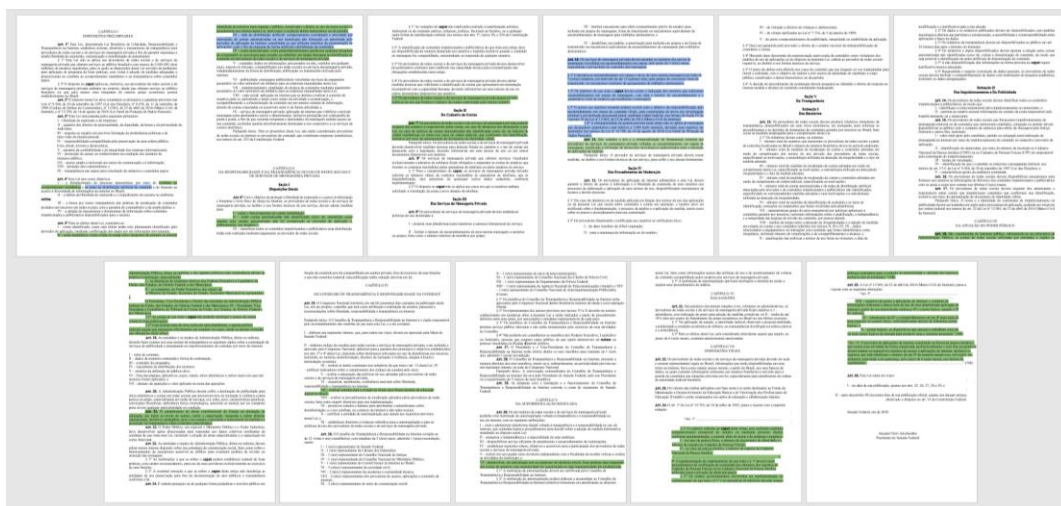
Figura 5 - Categorias 'Recuperação da Integridade do Debate Público' (verde) e 'Combate aos Mercados e Organizações de Desinformação' (azul) presentes no PL 1429/2020



Fonte: BRASIL. Câmara dos Deputados. **Projeto de Lei n. 1429/20**. 2020a. Grifos e marcações nossas.



Figura 6 - Categorias 'Recuperação da Integridade do Debate Público' (verde) e 'Combate aos Mercados e Organizações de Desinformação' (azul) presentes no PL 2630/2020



Fonte: BRASIL. Câmara dos Deputados. **Projeto de Lei n. 2630/20**. 2020b. Grifos e marcações nossas.

O art. 6 (derivado do antigo Artigo 5) mantém a exigência de que provedores de redes sociais e serviços de mensageria privada vetem "contas automatizadas não identificadas como tal" (II) e contas inautênticas (I), definidas, estas últimas, não mais a partir do conteúdo desinformativo, mas do comportamento de "assumir ou simular identidade de terceiros para enganar o público" (Art. 5, II). O comportamento é ainda regulamentado pelo texto no que diz respeito ao : incentivo à limitação, pelas plataformas, do número de contas que podem ser controladas por um usuário (art. 6, §5º); à criação de uma estrutura regulatória que facilite a identificação do usuário de serviços de mensageria privada ou de redes sociais (Artigos 7, 34 e 35); à criação de regras que tutelam o comportamento dos agentes públicos em plataformas de rede social e mensageria privada (art. 18); e ao dever de fomento, por parte do poder público, à alfabetização midiática e às campanhas contra desinformação (Art. 21).

No caso do combate aos mercados, redes e organizações de distribuição de conteúdo falso ou de baixa qualidade, o PL 2630/2020 adotou regras que buscam vedar ferramentas de distribuição artificial de conteúdo e permitir que se siga o dinheiro da desinformação. No artigo 11,



o PL proíbe ferramentas externas aos provedores de serviço de mensageria privada para disparos em massa, mas a principal previsão nesse sentido se encontra no polêmico Artigo 10, que prevê a rastreabilidade em aplicativos de mensageria privada. De acordo com o artigo, essas plataformas ficariam obrigadas a guardar os registros dos envios de mensagens veiculadas em encaminhamentos em massa - isto é, quando uma mesma mensagem tiver sido enviada por "mais de 5 (cinco) usuários, em intervalo de até 15 (quinze) dias, para grupos de conversas, listas de transmissão ou mecanismos similares" (§1º), e alcançarem, ao menos, mil usuários (§4º). Nesses casos, as plataformas ficam obrigadas a guardar os dados sobre quem encaminhou a mensagem, a data e horário do encaminhamento e o total de usuários que receberam a mensagem (§2º).

7 Regulação da Estrutura de Comunicação Digital

Apesar de mudanças relacionadas a outras regras, a regulamentação da arquitetura e funcionamento das plataformas se manteve entre as versões e foi reforçada no texto aprovado pelo Senado. Farkas e Schou (2018) identificam que uma das narrativas em torno do termo *fake news* o mobilizam como parte de críticas tecno-deterministas às tecnologias de mídia digital, associando, muitas vezes, as redes sociais à disseminação de desinformação e ao declínio da democracia. No campo jurídico-regulatório, isso se reflete em um solucionismo tecnológico, com as redes sociais sendo colocadas no centro da questão, segundo Farkas e Schou (2020). O problema passa a ser associado às tecnologias e às arquiteturas das redes sociais, de modo que a solução passa pela tecnologia e por alterações no funcionamento dessas plataformas.

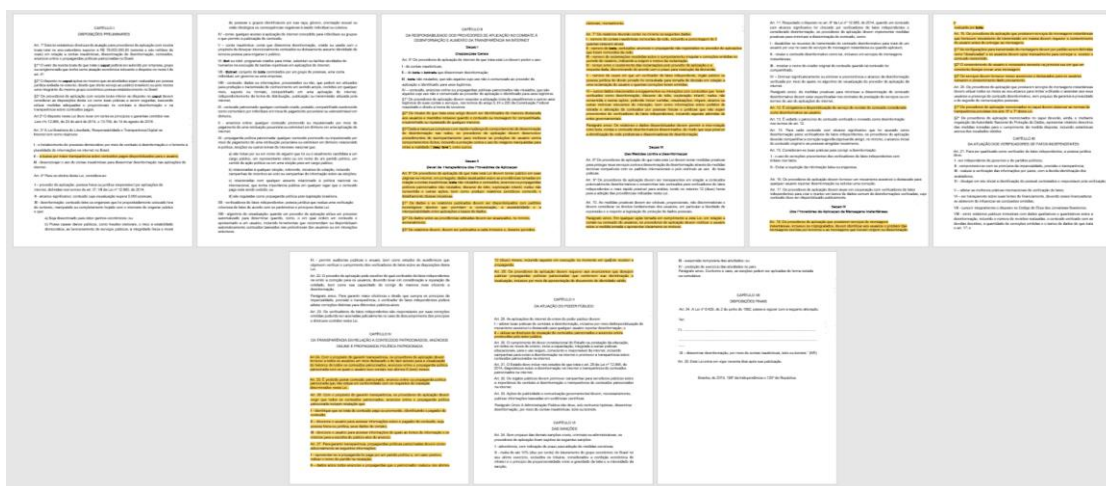
A busca por modificar aspectos da estrutura de comunicação digital a fim de estabelecer um ambiente de comunicação íntegro constitui o pano de fundo de ambos os textos. Na medida em que essa visão é reforçada no texto final (Fig. 8), há uma reelaboração e um detalhamento das medidas presentes na primeira versão (Fig. 7), como regras que exigem



transparência em relação a conteúdos impulsionados, rotulação de anúncios políticos e transparência sobre moderação de conteúdo.

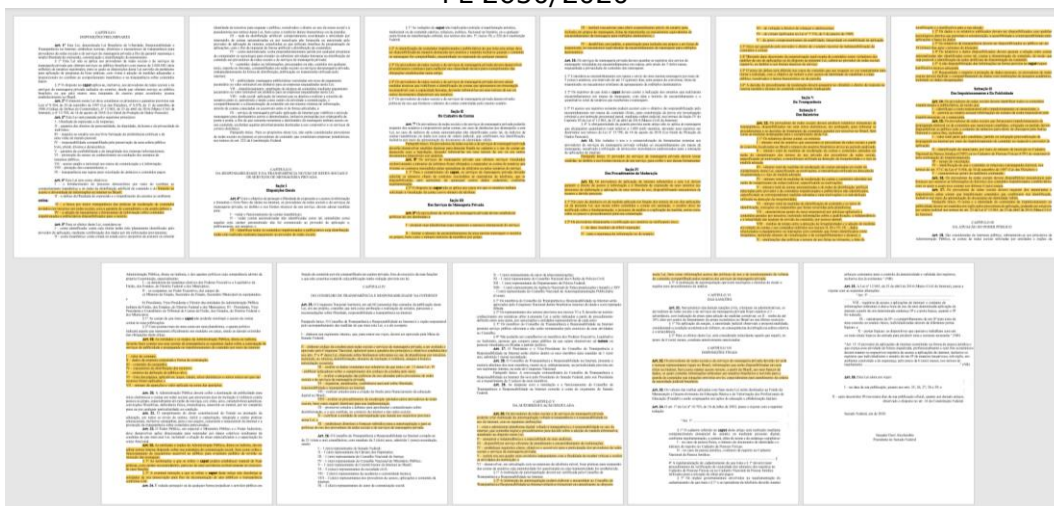
Em nossa análise quantitativa, essa abordagem foi a que menos oscilou. Apesar de ter tido um aumento significativo de 79% de um texto para o outro, a categoria permaneceu presente nas duas versões dos projetos de lei, mostrando-se como um instrumento significativo na regulação do tema.

Figura 7 - Categoria 'Regulação da Estrutura de Comunicação Digital' presente no PL 1429/2020



Fonte: BRASIL. Câmara dos Deputados. **Projeto de Lei n. 1429/20.** 2020a. Grifos e marcações nossas.

Figura 8 - Categoria 'Regulação da Estrutura de Comunicação Digital' presente no PL 2630/2020



Fonte: BRASIL. Câmara dos Deputados. **Projeto de Lei n. 2630/20.** 2020b. Grifos e marcações nossas.



Com foco na arquitetura das plataformas de mídia social e em como o conteúdo circula, o texto final do PL 2630/2020 prevê que os “provedores de redes sociais devem identificar todos os conteúdos impulsionados e publicitários”, indicando a conta do responsável pela publicidade e possibilitando que o usuário tenha mais informações sobre o anunciante (Art. 14). A medida, que já aparecia no PL 1429/2020 (Artigos 24, 26 e 28), foi aprimorada, passando a contar com maior detalhamento a respeito da transparência sobre propaganda eleitoral (Art. 15) e sobre o histórico de anúncios de um usuário (Art. 16), e com deveres específicos para o poder público (art. 23). Ainda buscando reforçar a transparência sobre atuação das plataformas, o Art. 13 da versão final do PL exige relatórios de transparência trimestrais das plataformas, detalhando os dados que esses documentos devem conter, em um aprimoramento de regra similar, porém menos robusta, que aparecia nos artigos 6 e 7 da versão inicial.

No que diz respeito aos serviços de mensageria privada, a regulação da arquitetura dessas plataformas surge no art. 9 do texto final - também na forma de um aprimoramento dos artigos 18, 19 e 20 do PL 1429/2020. Tal regulação conta com regras que determinam a limitação do número de encaminhamentos de uma mesma mensagem, a limitação de usuários por grupo e a implementação de mecanismos para que o usuário autorize ser incluído em grupos ou listas de transmissões sem que isso possa ocorrer de forma automática.

A versão final aprovada do PL dedica, ainda, uma seção inteira (IV) à moderação de conteúdo. Enquanto no texto inicial o projeto define regras específicas para o controle do conteúdo desinformativo, o texto final se dedica a regulamentar a moderação de conteúdo realizada pelas plataformas. O artigo 12 estabelece que os provedores “devem garantir o direito de acesso à informação e à liberdade de expressão de seus usuários nos processos de elaboração e aplicação de seus termos de uso, disponibilizando mecanismos de recurso e devido processo”. Esses mecanismos de notificação, recurso e devido processo são detalhados ao longo dos seis parágrafos do artigo.



No texto final, são ainda previstos parâmetros para a autorregulação das plataformas (Art. 30) e a criação de um Conselho de Transparência e Responsabilidade na Internet que busca reunir uma equipe multidisciplinar a fim de acompanhar as medidas estabelecidas no projeto de lei (Artigos 25 a 29), ambos os itens ausentes na primeira versão.

Na medida em que as regras que buscam regular as plataformas constituem um pano de fundo entre as duas versões do PL, elas refletem a permanência de uma leitura do fenômeno da desinformação tomando como base a estrutura das tecnologias de mídia social. No texto final, no entanto, buscou-se ir além na solução, com um foco maior na arquitetura das plataformas que envolvem características capazes de fazer com que a desinformação atue de forma mais eficiente.

8 Considerações finais

Tendo em vista que a arena jurídico-regulatória é também um campo de disputas políticas em que formações discursivas e imaginários políticos, conforme Farkas e Schou, sobre o que conta como verdade e mentira são mobilizadas em narrativas sobre desinformação, as propostas regulatórias de combate à desinformação também devem ser lidas como materializações dessas narrativas e de seus respectivos ideais normativos.

O texto inicial do projeto da Lei Brasileira de Liberdade, Responsabilidade e Transparência na Internet, se propunha a reafirmar a verdade e a autoridade do jornalismo por meio do controle de um conteúdo definido como desinformativo. Ao longo de sua tramitação, após pressões de diversos grupos sociais, o projeto deixa essa narrativa e passa a olhar a desinformação do ponto de vista de seus elementos estruturais e comportamentais, buscando restabelecer a integridade do debate público com base no combate ao comportamento inautêntico e às redes de disseminação de desinformação. De pano de fundo, a leitura a respeito do papel das plataformas no fenômeno da desinformação permanece em ambos os textos, com regras que visam regular sua arquitetura e atuação.



Nessa mudança de rumos, ganha a preservação da liberdade de expressão, visto que, definir caso a caso se um conteúdo contém informações enganosas pode se tornar uma tarefa inglória e abrir espaço para decisões genéricas que tolham essa liberdade, com riscos ainda maiores à sociedade, ao debate público e, em última instância, à democracia.

Diante de um fenômeno tão complexo e multifacetado, as discussões devem ser permanentes e trabalhar para evitar qualquer decisão genérica ou restritiva em excesso no que diz respeito à liberdade de expressão. Enquanto a desinformação estiver livre de amarras, defendendo posições e promovendo polarizações, os cidadãos terão seu poder de decisão comprometidos. É preciso, portanto, olhar para a questão de forma ampla e buscar soluções que abordem o problema como um todo, a partir de diversas perspectivas, não apenas da regulação. Um desafio que revelará seus impactos no mundo virtual, mas que tem suas raízes no mundo real.

O Projeto de Lei 2630/2020 segue tramitando. Após a aprovação em junho de 2020 pelo Senado Federal, o texto foi encaminhado para apreciação da Câmara dos Deputados. A fim de dialogar com a sociedade civil e outros órgãos, a casa legislativa promoveu audiências públicas e criou, em junho de 2021, um grupo de trabalho específico para atuar no aprimoramento da Lei Brasileira de Liberdade, Responsabilidade e Transparência na Internet. O relatório do deputado Orlando Silva (PCdoB – SP), relator da matéria, foi aprovado em dezembro de 2021 e trouxe uma versão mais madura, que deve ir para votação do plenário dando sequência à tramitação legislativa.

Referências

BAKIR, Vian; MCSTAY, Andrew. Fake news and the Economy of Emotions: problems, causes, solutions. **Digital Journalism**, Londres, v. 6, n. 2, p. 1-22, jul. 2017.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.

BLAKE-TURNER, Christopher. Fake news, relevant alternatives, and the degradation of our epistemic environment. **Inquiry**, Noruega, p. 1-21, fev. 2020.



BRADSHAW, Samantha; HOWARD, Phillip. **Challenging truth and trust: a global inventory of organized social media manipulation.** Oxford: Computational Propaganda Project, University of Oxford, 2018.

BRANT, João *et al.* **Regulação de combate à desinformação:** estudo de oito casos internacionais e recomendações para uma abordagem democrática. São Paulo: Friedrich Ebert Stiftung (FES) Brasil, 2021.

BRASIL. Câmara dos Deputados. **Projeto de Lei n. 1429/20.** Institui a Lei Brasileira de Liberdade, Responsabilidade e Transparência na Internet. Câmara dos Deputados, 2020a. Disponível em: https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/prop_mostrarintegra;jsessionid=node0wi23vpj2o3ijw6pg0xx6b4p526550746.node0?codteor=1872575&filename=PL+1429/2020. Acesso em: 10 jun. 2021.

BRASIL. Câmara dos Deputados. **Projeto de Lei n. 2630/20.** Institui a Lei Brasileira de Liberdade, Responsabilidade e Transparência na Internet. Câmara dos Deputados, 2020b. Disponível em: https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/prop_mostrarintegra?codteor=1909983. Acesso em: 10 jun. 2021.

BRAUN, Joshua; EKLUND, Jessica. Fake news, real money: ad tech platforms, Profit-Driven Hoaxes and the Business of Journalism. **Digital Journalism**, Londres, v. 7, n. 1, p.1-21, jan. 2019.

BRITO CRUZ, Francisco *et al.* Internet e eleições no Brasil: diagnósticos e recomendações. **InternetLab**, São Paulo, 2019. Disponível em: <https://www.internetlab.org.br/pt/informacao-e-politica/internet-e-eleicoes-no-brasil-diagnosticos-e-recomendacoes>. Acesso em: 02 jun. 2021.

BRITO CRUZ, Francisco; MASSARO, Heloísa; FRAGOSO, Nathalie. Estratégias de proteção do debate democrático na internet. **InternetLab**, São Paulo, 2020. Disponível em: https://www.internetlab.org.br/wp-content/uploads/2020/07/il_policypaper2_estrategias-de-protecao_20200715.pdf. Acesso em: 05 jun. 2021.

BRITO CRUZ, Francisco; VALENTE, Mariana. Leis para desinformação exigem mais do que boas intenções. **Nexo**, São Paulo, 15 maio 2020. Disponível em: <https://www.nexojornal.com.br/ensaio/debate/2020/Leis-para-desinformação-exigem-mais-do-que-boas-intenções>. Acesso em: 20 jun. 2021.

BUCCI, Eugênio. **Existe democracia sem verdade factual?** São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2019.

CABAÑES, Jason Vicent. **Digital disinformation and the imaginative dimension of communication.** Buenos Aires: Sage, 2020.

CÂMARA dos deputados. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/busca-portal?contextoBusca=BuscaProposicoes&pagina=1&order=relevancia&abaEspecificas=true&q=fake%20news&tipos=PLP,PL,PDL>. Acesso em: 06 set. 2021.

CHAMBERS, Simone. Truth, deliberative democracy, and the virtues of accuracy: Is *Fake news* Destroying the Public Sphere? **Political Studies**, Reino Unido, v. 69, n. 1, p. 1-17, abr. 2020.

COMBATE à desinformação requer proteção à liberdade de expressão e amplo debate com a sociedade. **Coalizão Direitos na Rede**, 15 maio 2020. Disponível em:



<http://plfakenews.direitosnarede.org.br/ombate-a-desinformacao-requer-protecao-a-liberdade-de-expressao-e-amplo-debate-com-a-sociedade/>. Acesso em: 20 jun. 2021.

EGELHOFER, Jana Laura; LECHELER, Sophie. Fake news as a two-dimensional phenomenon: a framework and research agenda. **Annals of the International Communication Association, Local?**, v. 43, n. 2, p. 97-116, abr. 2019.

FARKAS, Johan; SCHOU, Jannick. Fake news as a Floating Signifier: Hegemony, Antagonism and the Politics of Falsehood. **Javnost – The Public**, Eslovênia, v. 25, n. 3, p. 298-314, ago. 2018.

FARKAS, Johan; SCHOU, Jannick. **Post-truth, fake news and democracy. Mapping the politics of falsehood**. New York: Routledge, 2020.

FÁVERO, Bruno. Editorial: Com conceitos vagos sobre desinformação e verificação, projeto de lei contra *fake news* fere liberdades. **Aos Fatos**, Rio de Janeiro, 30 maio 2020. Disponível em: <https://www.aosfatos.org/noticias/editorial-com-conceitos-vagos-sobre-desinformacao-e-verificacao-projeto-de-lei-contrafake-news-fere-liberdades/>. Acesso em: 20 jun. 2021.

FUNKE, Daniel; FLAMINI, Daniela. A guide to anti-misinformation actions around the world. **International Fact-checking Network**. Disponível em: <https://www.poynter.org/ifcn/anti-misinformation-actions/>. Acesso em: 07 jun. 2021.

GELFERT, Axel. Fake news: a definition. **Informal Logic**, Quebec, v. 38, n. 1, p. 84-117, 2018.

GRAHAM, Richard. Google and advertising: digital capitalism in the context of Post-Fordism, the reification of language, and the rise of fake news. **Palgrave Communication**, London, v. 3, n. 45, p. 1-19, 2017.

KRÄMER, Benjamin. Populist online practices: the function of the Internet in right-wing populism. **Information, Communication & Society**, Reino Unido, v. 20, n. 9, p. 1293-1309, 2017.

LEMOS, Ronaldo. Contra *fake news*, siga o dinheiro. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 24 maio 2020. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/colunas/ronaldolemos/2020/05/contra-fake-news-siga-o-dinheiro.shtml>. Acesso em: 20 jun. 2021.

MELLO, Patrícia Campos. **A máquina do ódio: notas de uma repórter sobre fake news e violência digital**. São Paulo: Companhia das Letras, 2020.

MENDONÇA, Ricardo; CAETANO, Renato Duarte. Populism as parody: the visual self-presentation of Jair Bolsonaro on Instagram. **International Journal of Press/Politics**, Reino Unido, v. 26, n. 1, p. 1-26, 2020.

POSETTI, Julie; MATTHEWS, Alice. A short guide to the history of 'fake news' and disinformation. **International Center for Journalists**, Washington DC, 27 jul. 2018.

SRNICEK, Nick. **Capitalismo de plataformas**. Buenos Aires: Caja Negra, 2018.

SUNSTEIN, Cass. **#republic. Divided democracy in the age of social media**. New Jersey: Princeton University Press, 2017.