



DESINFORMAÇÃO E REGULAÇÃO DAS REDES SOCIAIS DIGITAIS NO BRASIL

Paulline Ribeiro Barros

*Discente de doutorado do Programa de Pós-Graduação em
Desenvolvimento Social da Universidade Estadual de
Montes Claros – PPGDS/UNIMONTES*

paullineribeirobarros@gmail.com

Resumo: Este trabalho tem como objetivo compreender o papel que a regulação das redes sociais digitais têm no enfrentamento da desinformação. A partir do sentido jurídico do termo e por meio de contribuições sociológicas e de comunicação social de trabalhos já realizados sobre o tema, busca-se compreender o que são as redes sociais digitais, seu modo de operação e seu modelo de negócios, assim como é realizada a exploração de dados pessoais dos usuários e suas finalidades. Busca-se ainda compreender os termos que regem a regulação das plataformas digitais objeto deste trabalho e sua função para enfrentamento da desinformação que se constitui ameaça à democracia e aos direitos fundamentais.

Palavras-chave: Modulação de comportamento, colonialismo de dados, defesa de liberdades fundamentais

Abstract: This paper aims to understand the role of regulating digital social networks in combating disinformation. The study uses a legal perspective, along with contributions from sociology and social communication, to analyze what digital social networks are, how they operate, and their business models. It also explores how personal user data is exploited and the purposes behind it. Furthermore, the paper seeks to understand the legal terms that govern the regulation of these digital platforms and how they function to combat disinformation. The research posits that disinformation poses a threat to democracy and fundamental rights.

Keywords: Behavioral modulation; Data colonialism; Defense of fundamental freedoms.

Introdução

Qual é o papel da regulação das redes sociais digitais no Brasil no enfrentamento da desinformação?

As tecnologias de comunicação e informação – as TICs – são responsáveis pela difusão de mensagens nos mais variados formatos e tem como características, dentre outras, a facilidade de acesso e instantaneidade de recebimento do conteúdo que se pretende veicular.

Com o surgimento das redes sociais digitais o número de pessoas que utilizam o ambiente digital para entretenimento, lazer, descontração e informação cresceu e possibilitou que diferentes conteúdos fossem apresentados aos usuários das plataformas digitais, inclusive no Brasil (Castells, 2020).

Esse ambiente capaz de difundir pensamentos, crenças e opiniões de seus usuários é também local de manifestações e posicionamentos preconceituosos, discriminatórios, discurso de ódio e desinformativo, incluindo as redes sociais digitais (Santaella, 2019; Safernet, 2020).

Dados pessoais dos usuários são coletados massivamente, armazenados e tratados para serem ofertados como informações atrativas aos anunciantes de bens de consumo nas plataformas digitais, mas a comercialização dessas informações não está adstrita aos fornecedores de produtos e serviços, apresentando-se capaz de modular o

comportamento dos usuários e manipular a opinião pública, ameaçando as bases democráticas e os direitos fundamentais (Silveira, 2018; Zuboff, 2020).

Nesse sentido, esse trabalho tem como objetivo analisar o papel que a regulação das redes sociais digitais no Brasil tem no enfrentamento da desinformação, a partir de uma leitura interdisciplinar dos impactos por ela causados, mas considerando para fins de escolha teórica, a definição jurídico da palavra e as contribuições de estudos das ciências sociais aplicadas e das humanidades. Partindo de uma abordagem qualitativa, com emprego de técnicas de pesquisa como análise documental e revisão bibliográfica, pretende-se responder ao questionamento inicialmente apresentado.

Fundamentação teórica

Como uma das espécies de plataforma digital, as redes sociais digitais (RSD) são serviços oferecidos online, através do acesso a um site ou aplicação, que permite a criação de uma conta em que o usuário mantém um perfil pessoal, personalizado, individualizado onde pode se manifestar, seja por imagens, vídeos, textos ou áudios e interagir com outros usuários, reagir aos conteúdos veiculados, restritiva ou publicamente, por meio da estrutura daquela referida RSD (Valente, 2019; Farinho, 2020).

Essas plataformas são também observadas como instrumento para difusão de manifestações individuais, coletivas e difusas que reverberam no ciberespaço, mas não ficam a ele adstritas. São locais onde há difusão de conteúdo artístico, científico, jornalístico, filosófico, político-partidário, educacional, religioso, pessoal – através de publicações em forma de diário ou relato cotidiano –, de entidades da sociedade civil que as utilizam para difusão de mobilizações sociais e políticas, de entidades governamentais, e também são utilizadas como local para lazer e entretenimento, através da criação e audiência de conteúdo humorístico e cultural (Silveira, 2019; Castells, 2020).

As redes sociais digitais também são negócios. Criados e mantidos por empresas de tecnologia de informação e comunicação (TICs), com concentração de atividade em um pequeno grupo, que se convencionou chamar de big techs. Essas empresas dominam o nicho de mercado de criação e operação de serviços e produtos de tecnologia de informação e comunicação, que vão desde o desenvolvimento de sites, aplicações, motores de busca, serviço de mensageria privada, correio eletrônico, redes sociais digitais até produtos eletrônicos, assistentes virtuais, e o desenvolvimento de equipamentos vestíveis e de inteligências artificiais (Valente, 2019; Morozov, 2024).

Nas redes sociais digitais é possível observar também a constituição de relações jurídicas, seja em relação ao serviço ofertado pelas RSD aos seus usuários, a fim que mantenham um perfil e interajam, seja no papel de mediadora que essas plataformas têm quando ofertam, através de anúncios publicitários, contratados por fornecedores, aos usuários, produtos e serviços naquelas plataformas digitais. Essas relações jurídicas também podem se estreitar às pessoas que, apesar de não manterem perfis nas referidas plataformas, têm seus direitos lesados, pela utilização de outros usuários (Brasil, 1990; Frazão, 2019; Farinho, 2020).

As relações jurídicas observadas têm relação com o modelo de negócios praticado nas redes sociais digitais. Como forma de contraprestação o serviço oferecido, as plataformas de redes sociais digitais apontam aos usuários a veiculação de publicidade e a oferta de bens e serviços de “parceiros” em suas páginas para que esses usuários acessem o serviço oferecido por elas sem pagamento em pecúnia, via de regra (Silveira, 2019. Valente, 2019; Frazão, 2019, Morozov, 2024).

As plataformas de mídias sociais mais usadas pelos brasileiros, como Facebook, Twitter, Instagram e Youtube, possuem modelos de negócio similares entre si. Por mais que suas propostas e serviços sejam diferentes, seus modelos de negócios são baseados na venda

de anúncios e impulsionamento de conteúdos em suas plataformas (Machado, 2021, p.56).

O modelo de negócios, entretanto, não evidencia no primeiro acesso, quando o usuário concorda com os termos e condições de uso da RSD, a forma com que os anúncios publicitários serão direcionados. Diferente do que ocorre nas mídias tradicionais como comunicações impressas, rádio e televisão, onde a audiência é considerada uniformemente para a divulgação de produtos e serviços, as mídias digitais apresentam uma personalização do conteúdo acessado naquela RSD e direcionamento dos anúncios de bens de consumo de acordo com os interesses individuais de cada usuário (Silveira, 2021; Morozov, 2024).

A partir do primeiro acesso do usuário na rede social digital, cria-se um perfil, onde todas as informações são coletadas e armazenadas, para serem tratadas pelas RSD através do uso de tecnologias que permitam realizar com agilidade e assertividade, a filtragem de conteúdo a ser enviado a determinado perfil. Em outras palavras, o conteúdo recebido na linha de tempo dos usuários é definido pelos algoritmos que tem como missão criar um ambiente personalizado, em conformidade com interesses e tendências que satisfaçam o usuário em questão. Assim sendo, cada usuário recebe conteúdo personalizado, criando uma perspectiva reduzida acerca de uma realidade ampla de fatos e interesses outros, além daqueles que lhe são direcionados (Pariser, 2012; Santaella, 2019).

Essa projeção se dá pela necessidade que as RSD têm de manter o usuário em suas plataformas a fim de que o tempo de acesso e permanência seja maior, garantindo a atenção desse usuário ao que é veiculado (Pariser, 2012; D'anconna, 2019).

A filtragem de conteúdo gera bolhas informativas que por sua vez, reverberam assuntos, posicionamentos e crenças em um espaço onde ideias e concepções semelhantes são reforçadas, favorecendo a polarização política e a existência de discursos que reproduzam preconceitos, discriminação e violência, através dos espelhos ideológicos e das câmaras de eco, que podem ser observados como a reprodução e ratificação das posições do grupo ao qual pertence e cujas opiniões se assemelham às crenças daqueles usuários. Essa característica tende a um ausência de posicionamentos divergentes daquelas emitidos pelo grupo, reforçando as crenças e ideologias próximas, afastando as ideias diferentes e até a faticidade para justificar o posicionamento do grupo (Pariser, 2012; D'anconna, 2020, Santaella, 2019).

O viés de confirmação é um produto do modo como operam as plataformas digitais, modo esse reproduzido nas RSD, onde as crenças e os sentimentos têm mais valor do que os fatos e as informações. Afastam-se aqueles argumentos que não correspondem à crença do grupo e reforçam-se aqueles que tenham proximidade com os desejos e os interesses nele veiculados (Tesich, 1992; Santaella, 2019)

A chamada pós-verdade, nesse sentido, é viabilizada pelo modo como operam as plataformas digitais, pois o conjunto de ações encadeadas para apreender a atenção dos usuários, como forma de gerar lucro para as empresas de TICs, possibilita e reforça comportamentos contrários ao debate ou consenso e reafirma posicionamentos extremados (Santaella, 2019; Barros, 2023). Mas, se é sabido que o modo como operam resulta nesse estado de coisas, é necessário compreender a utilização, pelas empresas de tecnologia de informação e comunicação desse modo de operação, e do modelo de negócios praticado por elas.

Vivemos hoje uma informática de dominação, uma computação que bloqueia a tecnodiversidade e as possibilidades dos povos criarem e recriarem (*sic*) seus aparatos tecnológicos. Mulheres, negros, povos originários são orientados a se contentar com a condição de usuários de soluções criadas pelas *big techs*. O colonialismo dissemina que o único modo de criar tecnologias é esse que nos subordina e nos modula. Afinal, as plataformas digitais alegam buscar apenas e tão

somente a melhora de nossa experiência. Para tal, extraem constantemente nossos dados a fim de realizar predições, a ponto de não precisarmos mais querer, uma vez que os algoritmos que aprendem com os dados do comportamento poderão predizer nossas vontades (Silveira, 2023, p. 18).

Para criar com assertividade a recomendação de bens de consumo e de conteúdo, as plataformas digitais que utilizam a publicidade como contraprestação ao serviço oferecido aos usuários, realizam coleta massiva de dados em suas RSD, não se limitando àqueles que dizem respeito à funcionalidade ou ajuste da qualidade do serviço ofertado, para “melhor experiência do usuário”. Essa coleta, armazenamento, tratamento dos dados, posteriormente se transformará em informações lucrativas e serão comercializadas, gerando valor (lucro) para as empresas de TICs que as operam (Valente, 2019; Frazão, 2019).

Valendo-se da utilização de algoritmos e do aprendizado de máquina as redes sociais digitais podem predizer ou antecipar as necessidades e interesses dos usuários sem que haja conhecimento deles sobre a forma com que seus dados são coletados, armazenados e tratados, ou ainda comercializados pelas plataformas digitais das quais fazem uso (Avelino, 2018; Zuboff, 2020; Silveira, 2021; Cassino, 2023).

O que permite o funcionamento desse tipo de plataforma digital a partir do modo como operam são os dados dos usuários. Dados podem ser compreendidos como cada passo, rastro, escolha, renúncia, manifestação, criação, compartilhamento, exclusão, etc. que esse usuário pratica na rede. Dado pessoal, conforme dispõe a Lei nº 13.709 de 2018, conhecida como Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD), é “informação relacionada a pessoa natural identificada ou identificável” (Brasil, 2018, n.p.).

Os dados dos usuários são matéria-prima para a produção das informações – produto final – que as empresas de TICs oferecem aos chamados parceiros, fornecedores que negociam espaços publicitários nas RSD. A partir do tratamento desses dados, pelo big data é que o produto informação se torna lucrativo (Valente, 2019; Frazão, 2019).

[...] os dados também não estão simplesmente disponíveis e prontos para serem apropriados. Para que isso pudesse ocorrer, foi necessária a criação de sistemas que possibilitassem essa coleta de dados, preferencialmente incentivando os indivíduos a compartilharem cada vez mais informações sobre diferentes camadas de suas vidas. O crescente uso das plataformas de mídias sociais, em conjunto com a popularização de *smartphones* com sensores que permitem o monitoramento constante das atividades de seus usuários, tornou esse um ambiente perfeito para a colonização da vida (Machado, 2018, p. 2021).

O colonialismo de dados, nesse sentido, é comparável aos estágios anteriores do capitalismo, com o colonialismo histórico, quando a forma de acúmulo de capital se dava pela apropriação de recursos naturais e da exploração do trabalho humano. O colonialismo de dados, é observado como uma forma de apropriação da vida dos sujeitos onde todas as formas de relações sociais são transformadas em dados (Machado, 2021).

O modelo de capitalismo “dadocêntrico” adotado pelo Vale do Silício busca converter todos os aspectos da existência cotidiana em ativo rentável: tudo o que costumava ser o nosso refúgio contra os caprichos do trabalho e as ansiedades do mercado. Isso não ocorre apenas pela atenuação da diferença entre trabalho e não trabalho, mas também quando nos faz aceitar tacitamente a ideia de que nossa reputação é uma obra em andamento – algo a que podemos e

devemos nos dedicar 24 horas por dia, sete dias por semana. Dessa maneira tudo vira um ativo rentável: nossos relacionamentos, nossa vida familiar, nossas férias, e até nosso sono [...] (Morozov, 2024, p. 33).

As atividades realizadas pelas pessoas, transformadas em usuários pelas redes sociais digitais, são expressas em *posts*, *reels*, *shorts*, *stories*, legendas, comentários, curtidas, compartilhamentos e conteúdo salvo para ser acessado posteriormente por outros usuários da RSD.

Em plataformas digitais de comércio eletrônico, o produto adquirido é também uma fonte de reputação para o vendedor/fornecedor que recebe fotos, vídeos e comentários sobre o bem fornecido, e a plataforma recompensa o trabalho feito pelo consumidor com moedas que se transformam em desconto em compras futuras¹. A coleta massiva de dados não serve somente às melhorias das plataformas digitais. Ao contrário, é um instrumento utilizado como fonte para a compreensão e modulação do comportamento humano nessas plataformas (Silveira, 2018; Machado, 2018; Zuboff, 2020).

[...] O ponto fundamental é que seus algoritmos controlam quem pode ver os conteúdos. Esse fenômeno de delimitação do que pode ser visto, lido ou ouvido é o elemento fundamental da modulação. Trata-se do processo de ofertar de modo individualizado um conjunto de opções, sejam extraídas pelos algoritmos de bancos de dados sobre os usuários, sejam peças de *marketing* específicas para cada perfil. O objetivo final do tratamento de dados pessoais realizado pelas tecnologias de *big data* é modular o comportamento das pessoas, levando-as a encontrar mais certas mensagens do que outras. Desse modo, os sistemas algorítmicos presentes nos sistemas de pesquisa, recomendação e agregação de conteúdo vão definindo os conteúdos políticos a serem vistos (Silveira, 2019, n.p.).

Quando se fala em filtragem de conteúdo, bolhas informativas, personalização de conteúdo, individualização de *marketing* e perfilamento de usuários, fala-se da atuação dos algoritmos sobre o conteúdo endereçado ao usuário. Um conteúdo filtrado, conforme as tendências e previsões sobre seu comportamento, suas crenças, seus desejos e medos, seus posicionamentos políticos e suas características pessoais. Todos esses aspectos processados e tratados pela big data, através da coleta massiva de dados dos usuários (Da Empoli, 2019; Mello, 2020; Kaufman, 2020; Barros, 2023).

Os usuários das plataformas digitais, e no que interessa a este trabalho, os usuários de redes sociais digitais não conhecem o modo de funcionamento do serviço que utilizam, e não há transparência sobre as ações encadeadas no processo de coleta e tratamento de dados pelas empresas de tecnologia de informação e comunicação que as operam. Essa zona indefinida é observada com atenção por estudiosos das ciências sociais aplicadas e humanidades, pois geram impactos não só à individualidade do exercício de direitos, mas à coletividade, à medida em que o debate público e a opinião pública são afetados por instrumentos dos quais não se tem conhecimento suficiente para enfrentar e os possíveis impactos deles advindos.

A modulação da opinião pública nas redes digitais é realizada principalmente pelo controle da visualização de conteúdos. As plataformas de relacionamento social *online*, em geral, não produzem conteúdos, mas direcionam, organizam e disseminam as produções de seus usuários, ou seja, utilizam técnicas de modulação. A modulação não seria possível sem um sistema que sempre mantém algumas aberturas e impõe certos limites. A modulação, em geral, é invisível

¹A aplicação de comércio eletrônico Shopee, por exemplo, realiza essas ações.

para os viventes, por isso trata-se de um tipo de manipulação da opinião bem mais perigosa (Silveira, 2019, n.p.).

Retoricamente é preciso arguir: se não há transparência sobre o modo como o conteúdo das RSD é veiculado, como é definido quem recebe e o que recebe? As decisões algorítmicas realizadas com base na análise perfil do usuário pode ou não apresentar informações que tenham correspondência com a facticidade, com o debate e o pluralismo de ideias.

Mas, como é possível cientificar-se sobre a relevância de determinado assunto, se a escolha do algoritmo tende a ocultá-lo, ou ainda, se houver interesse dos parceiros das plataformas em fazer com que determinado conteúdo fraudulento, por exemplo, seja impulsionado nas RSD? O modelo de negócio das plataformas digitais que se baseiam em publicidade e venda de anúncios, é a oferta de audiência personalizada, e não se limita aos bens de consumo tidos como produto ou serviço.

Nas plataformas digitais o usuário se transforma em serviço ofertado, em produto que atrai atenção de outros usuários e também parte do serviço ofertado pela plataforma àqueles que desejam divulgar seu conteúdo na rede. Às empresas de TIC não importa se é produto, serviço, lazer, informação ou candidatura política (Da Empoli, 2019; Mello, 2020).

Pós-verdade, notícias falsas, notícias fraudulentas, *fake news* e desinformação. Esses termos suscitam debate sobre o tempo em que a facticidade, a diligente investigação jornalística e a realidade perdem espaço para a criação de factoides, difamação, *deep fake*, fraudes, teorias da conspiração, negacionismo científico que causam prejuízos políticos, danos à saúde pública, à honra e imagem de pessoas, violação do direito à liberdade de informação, consagrado constitucionalmente (Toffoli, 2024).

O termo pós-verdade nasceu com Tesich (1992) com a observação dos escândalos políticos veiculados e a indiferença dos cidadãos, eleitores àqueles episódios demonstrando ignorarem verdades que não lhes fossem favoráveis. O dicionário Oxford elegeu pós-verdade como a palavra do ano de 2016, em razão da crescente busca pelo termo. Seu significado aponta para a observação do lugar ocupado pelos fatos quando as emoções têm mais espaço (Barros, 2023).

A expressão ganhou novos contornos com episódios de consulta popular que foram influenciados pelo uso das plataformas digitais e suas tecnologias, através da utilização de perfilamento de usuários no que ficou conhecido como escândalo da Cambridge Analytica – e Meta Inc. – nas eleições em diversos países, especialmente nos Estados Unidos da América, com Donald Trump e nos resultados sobre a consulta da saída do Reino Unido da União Europeia e nacionalmente, a eleição de Jair Messias Bolsonaro, no ano de 2018 (Da Empoli, 2019; Mello, 2020; Barros, 2023).

Diferentes áreas da ciência, tais como os estudos jurídicos, de comunicação social, sociológicos, filosóficos e antropológicos se debruçaram sobre o termo com focos distintos, mas não excludentes, para analisar os impactos e efeitos causados pela difusão de mensagens em meio digital, cujos conteúdos representam danos à formação da opinião pública, no acesso à informação, à proteção de liberdades fundamentais e até ao enfrentamento da emergência climática.

Nesse sentido, observo a pós-verdade como um fenômeno que auxilia na compreensão do uso do ambiente digital para a manipulação da opinião pública, valendo-se das características das plataformas digitais, e aqui mais detidamente das redes sociais digitais, para difundir mensagens cujo conteúdo mobiliza sentimentos e emoções dos usuários dessas plataformas digitais, propiciando um ambiente onde a realidade e a facticidade têm menos importância do que as crenças e opiniões dos grupos dos quais fazem parte (Barros, 2023).

Esses aspectos não ficam limitados à criação de informação sensacionalista, mas avança na propagação de discursos contra a Universidade, a ciência, a imprensa, a diversidade, a pluralidade de ideias, a governabilidade, a saúde pública e a política,

mesmo em países observados como democráticos, através da difusão de conteúdos que moldam a opinião dos usuários e suas escolhas (Da Empoli, 2019; Mello, 2020).

Um dos elementos que compõem esses tempos de pós-verdade é a desinformação. Partindo dos estudos jurídicos sobre o tema, a desinformação surgiu como um termo alternativo à instrumentalização que a expressão “notícias fraudulentas” e congêneres sofreu no debate político sobre o tema, fazendo com que sinônimos, tais como *fake news* ou notícias falsas fossem aglutinados pelo gênero desinformação.

[...] as *Fake news* inauguraram uma nova era de manipulação política em decorrência das funcionalidades desenvolvidas pelas Tecnologias da Comunicação e Informação, da hiperconectividade inaugurada com a invenção dos smartphones e dos novos padrões de sociabilidade propiciadas pela Internet. As fronteiras entre o real e o virtual se tornam indivisíveis, e os jogos de poder político passam a ser influenciados pelos movimentos do ciberespaço (Barreto Júnior, 2020, p. 114).

Nesse sentido, compreende-se como desinformação as informações falsas, inexatas ou deturpadas concebidas, apresentadas e promovidas para obter lucro ou para causar um prejuízo público intencional (Comissão Europeia, 2018).

Dessa definição extraem-se alguns elementos, como a volitividade de causar prejuízo ou a geração de lucros através desse tipo de conteúdo. Observa-se também que são contempladas nessa definição as informações consideradas falsas, aqui para exatidão do sentido, não se fala em falso como contrário ao verdadeiro, pois o direito se ocupa da faticidade, e nesse sentido, toma-se a expressão “informação fraudulenta”, para descrever essas condutas, conforme lição de Rais (2020). Fala-se também em informações inexatas, que carecem de precisão ou descontextualizadas dos fatos que pretendem apresentar, por exemplo; ou as informações deturpadas, que podem apresentar adulteração, alteração do conteúdo veiculado.

O gênero desinformação tem várias espécies, e elas envolvem níveis diferentes do uso das tecnologias de informação e comunicação em sua criação, divulgação e manutenção, ou seja, há disseminação orgânica, pela adesão de usuários às mensagens emitidas, conforme suas crenças e emoções, com a utilização do modo de operação das redes sociais digitais, mas há também presença de meios sintéticos de impulsionamento, com o auxílio de robôs e do pagamento de espaço publicitário às empresas responsáveis pelas RSD (Rais, 2020; Barreto Júnior, 2020).

A desinformação é potencializada pela coleta e pelo uso desenfreado de dados pessoais dos usuários da internet. Esses dados alimentam algoritmos, permitindo que anúncios e notícias sejam fabricados e direcionados especificamente para determinado perfil de usuário, a partir da compreensão de seus hábitos, preferências, interesses e orientação ideológica (Toffoli, 2024, p. 75).

Estimulada pelo baixo custo de propagação, pela rapidez na difusão e pelo acesso facilitado das RSD, a desinformação conta ainda com as características inerentes àquelas plataformas digitais para sua distribuição, gerando prejuízos tanto do ponto de vista individual quanto difuso de proteção a direitos e ao próprio regime democrático (Nohara, 2020; Gross, 2020).

A estrutura das redes sociais digitais, seu modo de operação e seu modelo de negócios, através da coleta massiva de dados dos usuários, possibilita que conteúdo desinformativo circule por grupos onde será recebido, comentado, compartilhado dentro e fora da plataforma digital que lhe deu origem e quando as bolhas informativas são rompidas, a mensagem encontra posicionamentos políticos divergentes que também reagem a ele, fazendo com que o alcance desse tipo de publicação cresça (Carvalho, 2020; Barros, 2023).

Diversos também são os prejuízos causados pela desinformação à proteção de direitos fundamentais que vão desde a violação ao direito à informação, passando pelo cerceamento de ideias e concepções de vida diferentes daquelas que são majoritariamente defendidas, até a incitação à violência, através do discurso de ódio e discriminação, além do incitamento de ataques ao Estado de Direito (Safernet, 2020; Barros, 2023).

No que diz respeito a manifestações de ódio dirigidas aos grupos especialmente protegidos e a forma com que as espécies de desinformação viabilizam essas práticas em ambiente digital, é necessário compreender o sentido jurídico sobre o que são essas condutas, para observar o alcance dessas mensagens. Assim: “o discurso de ódio está dirigido a estigmatizar, escolher e marcar um inimigo, manter ou alterar um estado de coisas, baseando-se numa segregação. Para isso, entoa uma fala articulada, sedutora para um determinado grupo, que articula meios de opressão” (Shäfer, Leivas, Santos, 2025, p.147).

Analisando o modo de operação das redes sociais digitais com reforço à homofilia, a funcionalidade da personalização do conteúdo através da filtragem algorítmica, a formação de bolhas-filtro, de câmaras de eco e espelhos ideológicos, culminando em viés de informação pode-se dizer que as redes sociais digitais criam ou um ambiente propício à pós-verdade e suas manifestações, incluindo condutas criminosas como discriminação e violência (Santaella, 2019).

Observa-se que publicações polarizadas, polêmicas, que promovam a identificação de inimigos, grupos e ideias a serem combatidos tem maior alcance e mais reações dos usuários, em comparação ao que ocorre quando o conteúdo carrega mensagens positivas, que visam consenso, informações boas do ponto de vista coletivo (Castells, 2020; Da Empoli, 2019; Barros, 2023).

Sentimentos e emoções como medo, raiva, indignação e desesperança mobilizam mais os usuários no que respeita às reações nas RSD e com isso, no alcance desse conteúdo (Santaella, 2019, Mello, 2020; Castells, 2020, Barreto Júnior, 2020). Nesse sentido, as demonstrações de contrariedade, violação de direitos, violência, discurso de ódio e discriminação mobilizam tanto os usuários que assentem quanto aqueles que discordam dessas mensagens e dos impactos por elas causados.

Quando à (*sic*) influência do Discurso de Ódio nos algoritmos que impulsionam o conteúdo orgânico a ser exibido aos usuários de redes sociais, plataformas de vídeo e motores de busca na Internet, é sabido que essa programação informática, denominada *algoritmo*, é formulada para aumentar o tempo médio de uso das aplicações e, com isso, ater o usuário por mais tempo na rede mundial de computadores. Não se deve esquecer que a internet é um grande ambiente de negócio (Barreto Júnior, 2020, p. 121).

Tempo de permanência dos usuários nas plataformas digitais é parte do que as empresas de tecnologia têm para oferecer aos fornecedores interessados em divulgar seus conteúdos nas plataformas. A economia da atenção, em razão da concorrência havida entre as redes sociais e delas com outros tipos de plataformas digitais, depende, para a manutenção do modelo de negócios que sustentam, de condições para exibição de bens de consumo e da exploração de dados pessoais dos usuários e disso depende o tempo que eles ficam exposto naquela aplicação (Pariser, 2012).

Significa dizer que as reações às mensagens exibidas fazem com que o tempo dos usuários naquelas RSD se mantenha, a atenção dada à plataforma advém também das ações realizadas por eles, seja para dar visibilidade ao que foi veiculado, porque endossam a conduta praticada, ou ao contrário do que se imagina, o posicionamento de reprovação da conduta através da reação – comentário, compartilhamento – também auxilia no alcance da mensagem e garante a permanência daqueles usuários na rede.

Denúncias contra grupos extremistas, criadores de conteúdo, e até representantes políticos que utilizam as redes sociais para insuflar adeptos e membros contra grupos minoritários, como mulheres, população LGBT+, minorias religiosas ou culturais e pessoas com deficiência, por exemplo, são veiculadas e apuradas por canais que fazem o papel de analisar e buscar meios para que essas mensagens tenham resposta e punição tanto internamente, nas plataformas digitais, quanto externamente, com a aplicação da lei em relação às condutas realizadas e que não são uso legítimo do direito à liberdade de expressão ou de comunicação (Safernet, 2020, Barros, 2023).

A desinformação, pelos motivos acima expostos também representa um risco às bases democráticas do Estado, à medida em que ataca sua institucionalidade, governabilidade, suas políticas públicas e sua estrutura, alimentando a animosidade em relação à legalidade, à constitucionalidade dos direitos e à própria liberdade de expressão, cujo sentido é sequestrado quando instrumentaliza-se o exercício do direito na tentativa de romper as bases que a fundamentam e por isso, justificam sua existência bem como a existência de limites para suas manifestações.

Desenvolvimento do tema

Diante do exposto na seção anterior é necessário analisar o papel que a regulação tem no que diz respeito ao enfrentamento da desinformação, uma vez que suas manifestações representam riscos à proteção de direitos constitucionalmente consagrados e que sustentam o regime democrático, assim como a democracia viabiliza o debate, promoção e proteção desses direitos na ordem jurídico-constitucional.

As redes sociais digitais possuem internamente regras para utilização de seus serviços, os chamados Termos e Condições de Uso ou de Serviço e também os Padrões da Comunidade, que descrevem o serviço ofertado, o modo como é mantido, o que é permitido ou proibido ser veiculado dentro das aplicações e sites assim como há observações sobre utilização do conteúdo criado pelos usuários, pela plataforma digital através das empresas que as operam.

Essas regras são observadas como autorregulação, onde as empresas que mantêm essas RSD condicionam a utilização de seus serviços à adesão dos usuários ao “contrato” em que aceitam os termos definidos pelas plataformas digitais.

No Brasil há também normas que regem a proteção de dados pessoais (LGPD) assim como estabelecem pelo Marco Civil da Internet, os princípios, direitos e deveres para a utilização da internet no Brasil, onde se fala do respeito à liberdade de expressão, garantindo também a liberdade de comunicação e manifestação do pensamento, nos termos da Constituição, assim como dos direitos humanos, da pluralidade e diversidade, da livre iniciativa e da defesa do consumidor, entre outras proteções a direitos constitucionalmente previstos (Brasil, 2014).

A lei dispõe ainda que o uso da internet no Brasil tem como objetivo, entre outros, o acesso à informação, ao conhecimento e à participação na vida cultural e na condução dos assuntos públicos. Essa mesma norma apresenta um pequeno sistema de responsabilidade para os provedores de conteúdo em sua terceira seção. Afirma em seu artigo 19, para assegurar o direito à liberdade de expressão e impedir censura, que:

[...] 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).

Depreende-se do referido dispositivo legal dois elementos: a) a responsabilidade civil de provedores de aplicações de internet por danos decorrente de

conteúdo de terceiros; b) a remoção de conteúdo infringente após ordem judicial específica. Observa-se que a responsabilidade dos provedores, conforme o que se lê do artigo é residual, ou seja, somente se não houver a tomada de providências após a ordem judicial para tornar indisponível o conteúdo, é que esses provedores serão responsabilizados. Diante do que foi apresentado ao longo deste trabalho, é possível afirmar que a responsabilidade atribuída pela lei, aos provedores de aplicação não corresponde ao alcance dessas plataformas, sejam em relação às atividades que elas desenvolvem, seja pelo modelo de negócios que mantém, ou ainda pelo modo com que operam as redes sociais digitais, ambiente propício à desinformação e ao discurso de ódio.

De outro lado, observa-se com cautela a remoção de conteúdo apontado como infringente, pelo contexto histórico-político deste país, da sua memória dos dias de censura aos pensamentos e manifestações diversas daquelas produzidas pelo regime ditatorial, cuja herança de impunidade possibilita que parte da população brasileira ovacione tentativas violentas de abolição do estado democrático e até as endosse.

Dito isso, é preciso também considerar que os direitos fundamentais, entre eles a liberdade de expressão, não são irrestritos na ordem constitucional e precisam confluir com outros direitos, bens e valores também consagrados na Constituição Cidadã.

O pluralismo político, os valores sociais do trabalho e da livre iniciativa, a cidadania e a soberania assim como a dignidade da pessoa humana são os fundamentos que constituem o Estado Democrático de Direito brasileiro. O direito à vida, à liberdade, à privacidade e à intimidade, bem como a garantia de punição às práticas de racismo e de discriminação em razão do direito à igualdade, confluem na mesma ordem constitucional e devem ser analisados nos casos em que houver conflito entre eles (a título de exemplo) (Brasil, 1988; Barros, 2023).

Nesse sentido, observando o contexto em que essas manifestações ocorrem e o tratamento dado pelo referido artigo, deve-se observar a posição do Supremo Tribunal Federal (STF) ao julgar Recurso Extraordinário sobre a responsabilidade das plataformas digitais, ainda que sem decisão judicial prévia, entre outras previsões, no que diz respeito a conteúdos cujas mensagens são condutas criminosas. Na ocasião o Egrégio Tribunal apontou dever de cuidado em caso de circulação massiva de conteúdos ilícitos, dizendo da responsabilização das plataformas que não tornarem indisponível imediatamente os conteúdos que configuram crimes graves, entre eles:

[...] incitação à discriminação em razão de raça, cor, etnia, religião, procedência nacional, sexualidade ou identidade de gênero (condutas homofóbicas e transfóbicas) [...], crimes praticados contra a mulher em razão da condição do sexo feminino, inclusive conteúdos que propagam ódio ou aversão às mulheres, crimes sexuais contra pessoas vulneráveis, pornografia infantil e crimes graves contra crianças e adolescentes (Brasil, 2025).

O STF observou que a redação do artigo 19 do Marco Civil da Internet é parcialmente inconstitucional, pois há omissão quando o dispositivo legal deixa de resguardar adequadamente alguns bens jurídicos, tais como a proteção aos direitos fundamentais e a democracia (Brasil, 2025). Nesse sentido, a responsabilidade das plataformas teve um avanço, pois diferente do que se lia do referido dispositivo legal, com essa decisão as plataformas deverão assumir o dever de cuidados quanto a essas manifestações em suas aplicações.

Entretanto, ainda há assuntos e conteúdos que precisam de tratamento adequado em relação ao espaço e ao alcance das redes sociais digitais para a sociedade, a formação da opinião pública e a natureza das atividades dessas empresas. A transparência na moderação de conteúdo através de sua própria moderação interna e na checagem de fatos, para que sob a justificativa de proteger os usuários em ambiente digital essas empresas de TICs realizem censura privada cuja finalidade é desconhecida.

Assim também as iniciativas legislativas cujo objeto é a regulação das plataformas digitais deverão se ocupar da responsabilidade das empresas de TICS, do papel que elas desempenham tanto no que diz respeito à democratização de acesso à informação e comunicação, de manifestação do pensamento e expressão e da defesa de direitos e garantias constitucionalmente consagrados, levando em conta as análises realizadas sobre a atuação das plataformas no que respeita à modulação de comportamento dos usuários, à manipulação da opinião pública pela filtragem de conteúdo e também a lucratividade gerada através da coleta massiva de dados dos usuários nessas plataformas, além é claro, da defesa das bases democráticas e dos processos eleitorais.

Considerações finais

O objetivo deste trabalho foi de analisar o papel da regulação das redes sociais digitais no enfrentamento da desinformação. Considerando a desinformação um termo jurídico abrangente, como parte de um fenômeno que o acesso ao ambiente digital fomenta, por meio do modo como operam as redes sociais digitais e as empresas de tecnologia de comunicação e informação, pode-se afirmar que o projeto de regulação, para atender essa finalidade deve-se ater a, pelo menos, três questões basilares: 1) a defesa das liberdades constitucionais 2) o estabelecimento de responsabilidades adequadas às empresas de TICs 3) a defesa do Estado de Direito.

Não há regulação adequada sem que se constitua com objetivo principal a proteção de direitos, bens e valores constitucionalmente consagrados, uma vez que resguardá-los fortalece e orienta os processos democráticos.

A responsabilidade das plataformas digitais deve corresponder à natureza das atividades que praticam em território nacional, seguindo a constitucionalidade e legalidade das quais ninguém está afastado, ainda que sejam pessoas jurídicas de direito privado, ou cuja origem não seja nacional. Se a responsabilidade não alcança os benefícios gerados àquelas empresas, não haverá compromisso com a soberania nacional e com a dignidade da pessoa humana.

Referências

AVELINO, Rodolfo. **Colonialismo digital: tecnologias de rastreamento online e a economia informacional**. 1ed. São Paulo: Alameda, 2023.

BARRETO JUNIOR, Irineu Francisco. Fake news e discurso de ódio: estratégia de guerra permanente em grupos de whatsapp. In: **Fake news: a conexão entre a desinformação e o direito**. 2ed. Revista dos Tribunais, 2020.

BARROS, Paulline Ribeiro. **Liberdade de expressão e pós-verdade**. São Paulo: Dialética, 2023.

BRASIL. Supremo Tribunal Federal. **STF define parâmetros para responsabilização de plataformas por conteúdos de terceiros**. Disponível em https://noticias-stf-wp-prd.s3.saeast1.amazonaws.com/wpcontent/uploads/wpallimport/uploads/2025/06/26205223/MCI_tesesconsensuadas.pdf>. Acesso em 10 ago. 2025.

BRASIL. **Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018**. Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD). Brasília, 2018. Disponível em www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/l13709.html>. Acesso em 18 maio 2025.

BRASIL. **Lei Nº 12.965 de 29 de abril de 2014**. Estabelece princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da Internet no Brasil. Brasília, DF. Diário Oficial da União, 2014.

BRASIL. **Lei Nº 8.078, de 11 de setembro de 1990**. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Brasília, DF: Diário Oficial da União, 1990.

CARVALHO, Eric de. O processo de circulação das fake news. In: **Fake news: a conexão entre a desinformação e o direito**. 2ed. Revista dos Tribunais, 2020.

CASSINO, João Francisco. **O sul global e os desafios pós-coloniais na era digital**. In: SILVEIRA, Sérgio Amadeu da; Souza, Joyce; CASSINO, José Francisco (org.). Colonialismo de dados: como opera a trincheira algorítmica na guerra neoliberal. [recurso eletrônico]. São Paulo: Autonomia literária, 2021.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. 22 ed. São Paulo: Paz e Terra, 2020.

DA EMPOLI, Giuliano. **Os engenheiros do caos**. Trad. Arnaldo Bloch. 1 ed. São Paulo: Vestígio, 2019.

D'ANCONNA, Matthew. **Pós-verdade: a nova guerra contra os fatos em tempos de fake news**. 1 ed. São Paulo: Faro Editorial, 2018.

FARINHO, Domingos Soares. **Delimitação do espectro regulatório das redes sociais**. In: ABOUD, Georges; NERY JR. Nelson, CAMPOS Ricardo(org.). Fake news e regulação. 2 ed. São Paulo: Revista dos Tribunais,2020.

FRAZÃO, Ana. **Plataformas digitais, big data e direitos de personalidade**. In: Revista do Instituto dos Advogados do Distrito Federal – IADF. 4 ed. Brasília, DF: Quis Design, 2019.

KALFMAN, Dora. **A inteligência artificial mediando a comunicação: impactos da automação**. In: Pós-verdade e fake news: reflexões sobre a guerra de narrativas. Mariana Barbosa (org.). Rio de Janeiro, Cobogó, 2019.

MACEDO JÚNIOR, Ronaldo Porto. “Fake news” e as novas ameaças à liberdade de expressão. In: **Liberdade de expressão e novas mídias**. FARIAS, José Eduardo (org.). 1 ed. São Paulo: Perspectiva, 2020.

MACHADO, Débora Franco. A colonização dos dados como produto das operações das mídias sociais no sul global. In: SILVEIRA, Sérgio Amadeu da; Souza, Joyce; CASSINO, José Francisco (org.). **Colonialismo de dados: como opera a trincheira algorítmica na guerra neoliberal**. [recurso eletrônico]. São Paulo: Autonomia literária, 2021, p. 53-68.

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

MOROZOV, Evgene. **Big Tech: a ascensão dos dados e a morte da política**. São Paulo: Ubu, 2024.

PARISER, Eli. **O filtro invisível – o que a internet está escondendo de você**. Editora Zahar, 2012, [recurso eletrônico].

RAIS, Diogo. SALES, Stela Rocha. Fake news, deepfakes e eleições. In: **Fake news:**

a conexão entre a desinformação e o direito. 2ed. Revista dos Tribunais, 2020.

SAFERNET, **Denúncia de crimes de discurso de ódio e de imagens de abuso sexual infantil na internet.** Disponível

em:<<https://new.safernet.org.br/content/denuncias-de-crimes-de-discurso-de-odio-e-de-imagens-de-abuso-sexual-infantil-na-internet#>>. Acesso em: 16 out. 2023.

SANTAELLA, **Lucia. A pós-verdade é verdadeira ou falsa?** Barueri: Estação das Letras e Cores, 2019.

SCHÄFER, Gilberto, LEIVAS, Paulo Gilberto Cogo, SANTOS , Rodrigo Hamilton dos. **Discurso de ódio: da abordagem conceitual ao discurso parlamentar.** RIL Brasília a. 52 n. 207 jul./set. 2015 p. 143-158, 2025.

SILVEIRA, Sérgio Amadeu da. **Democracia e códigos invisíveis: como os algoritmos estão modulando comportamentos e escolhas políticas.** São Paulo: Edições Sesc, 2019, [recurso eletrônico].

SILVEIRA, Sérgio Amadeu da. **Colonialismo digital, imperialismo e a doutrina neoliberal.** In: FAUSTINO; LIPPOLD. Colonialismo digital: por uma crítica hacker-fanoniana. 1ed. São Paulo: Boitempo, 2023.

TESICH, Steve. (1992). **A government of lies.** Questia, Disponível em<<https://www.questia.com/magazine/1G1-11665982/a-government-of-lies>>. Acesso em: 02 dez. 2019.

TOFFOLI, José Antônio Dias. Desinformação, democracia e sistema de justiça. In: OSÓRIO, Aline Rezende Peres et, al. (org.). **Desinformação o mal do século : o futuro da democracia : inteligência artificial e direitos.** Brasília : Supremo Tribunal Federal : Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília, 2024.

VALENTE, Jonas Chagas. **Tecnologia, informação e poder: das plataformas online aos monopólios digitais.** Tese (Doutorado em Sociologia), Universidade de Brasília (UnB), Brasília (DF), 2019.

ZUBOFF, Shoshana. **A era do capitalismo de vigilância: a luta por um futuro humano na nova fronteira do poder.** São Paulo: Intrínseca, 2020.