

**CARLOS EDUARDO HENRIQUE DA CRUZ**

**PROJETO DE LEI N° 2630/2020, UMA SOLUÇÃO PARA O PROBLEMA  
DAS FAKE NEWS?**

---

Campo Grande

2024

**CARLOS EDUARDO HENRIQUE DA CRUZ**

**PROJETO DE LEI N° 2630/2020, UMA SOLUÇÃO PARA O PROBLEMA DAS  
FAKE NEWS?**

Dissertação de mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Letras, da Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul, Unidade Universitária de Campo Grande, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Letras.

Área de concentração: Linguística Aplicada.

Linha de Pesquisa: Linguística aplicada, linguagem e tecnologia, filosofia da linguagem.

Orientador: Neurivaldo Campos Pedroso Júnior.

Campo Grande

2024

---

C961p Cruz, Carlos Eduardo Henrique da

Projeto de lei n.º 2630/2020, uma solução para o problema das *fake news*? / Carlos Eduardo Henrique da Cruz. – Campo Grande, MS: UEMS, 2024.

93 p.

Dissertação (Mestrado) – Letras – Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul, 2024.

Orientador: Prof. Dr. Neurivaldo Campos Pedroso Júnior

1. Fake news - Brasil. 2. Desinformação - Redes sociais. 3. Linguística aplicada e comunicação. 4. Projeto de lei nº 2.630/2020. 5. Algoritmos de recomendação. I. Pedroso Júnior, Neurivaldo Campos. II. Título.

CDD 23 ed. 401.41

**CARLOS EDUARDO HENRIQUE DA CRUZ**

**PROJETO DE LEI Nº 2630/2020, UMA SOLUÇÃO PARA O PROBLEMA  
DAS FAKE NEWS?**

Dissertação de mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Letras, da Universidade Estadual de Mato Grosso, Unidade Universitária de Campo Grande, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Letras. Área de concentração: Estudos literários.

**COMISSÃO EXAMINADORA**

---

Prof. Dr. Neurivaldo Campos Pedroso Junior (Presidente)  
Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul/UEMS

---

Prof. Dra. Aline Saddi Chaves  
Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul/UEMS

---

Prof. Dra. Sueli Maria Ramos da Silva  
Universidade Federal de Mato Grosso do Sul/UFMS

---

Prof. Dra. Adriana L. de Escobar Chaves de Barros— Suplente  
Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul/UEMS

---

Prof. Dra. Gicelma da Fonseca Chacaroschi Torchi — Suplente  
Universidade Federal da Grande Dourados/UFGD

Campo Grande/MS, 25 de setembro de 2024.

## **Agradecimentos**

Primeiramente agradeço ao meu estimado orientador Neurivaldo Campos Pedroso Júnior por aceitar conduzir o meu trabalho de pesquisa.

Também agradeço à banca, formada pelas professoras Dra. Aline Saddi Chaves e Dra. Sueli Maria Ramos da Silva por suas importantes contribuições neste trabalho.

Agradeço aos meus pais, Luciana Henrique e Gilmar Pepe, que desde muito cedo me ensinaram a importância da educação no desenvolvimento humano, se cheguei até essa titulação foi graças a base que eles me deram.

Agradeço também aos meus avós, tios e primos, que gentilmente compreenderam minhas ausências nos jantares em família, festas de aniversário e demais datas festivas para que este trabalho fosse consolidado.

Agradeço aos meus amigos, Juliane Nogueira, Isaac Ismerim, Camila Arias e Raul Gomes, que tanto me apoiaram e me aconselharam ao longo desta trajetória e me incentivaram a persistir na luta, sem o apoio emocional de vocês essa conquista seria sem dúvidas mais difícil.

Agradeço a todos os professores que me ensinaram ao longo de todo o meu trajeto acadêmico, saibam que ressoam em mim um pouco de suas metodologias e ensinamentos.

Agradeço ao Deputado Orlando Silva que gentilmente aceitou conversar comigo acerca do PL N° 2630, esclarecendo alguns pontos que me eram confusos e mostrando sua perspectiva sobre o assunto.

Agradeço também a aquela pessoa que me incentivou a submeter meu projeto ao programa.

*“- Nós controlamos a matéria porque controlamos a mente. A realidade está dentro do crânio. Você aprenderá aos poucos, Winston. Não há nada que não sejamos capazes de fazer. Invisibilidade, levitação... Nada. Eu poderia sair flutuando deste piso como uma bolha de sabão, se quisesse. Eu não quero porque o Partido não quer. Você precisa se livrar dessas ideias do século XIX sobre as leis da natureza. Nós fazemos as leis da natureza.”*

**1984** - George Orwell

## Lista de Figuras

Figura 1— Exemplo de modelo de sugestão.....	54
Figura 2 — Exemplo de modelo de sugestão baseado em comparações.....	55

## Resumo

Na contemporaneidade, as interações entre seres humanos e máquinas, especialmente através da internet, trouxeram benefícios, mas também desafios como a proliferação das fake news. Essas informações falsas têm afetado negativamente o debate público e a confiança nas instituições. Para enfrentar esse problema, governos ao redor do mundo têm criado legislações específicas. No Brasil, o Projeto de Lei Nº 2630 (BRASIL, 2020a, 2020b) busca responsabilizar as plataformas de redes sociais pelo conteúdo disseminado e adotar medidas para mitigar a propagação de desinformação. Contudo, essa regulamentação levanta questões complexas, como a definição do que é verdadeiro ou falso e o risco de a lei se tornar um instrumento de censura. Este estudo investiga essas questões a partir de uma análise do conceito de verdade, baseada em estudos linguísticos e na Linguística Aplicada, conforme autores como Cavalcanti (1986) e Lopes (2009, 2006). A compreensão da verdade é explorada através das perspectivas de teóricos como Nietzsche (2008), Charaudeau (2020, 2022) e Foucault (2013, 2017, 2019). Além disso, o estudo examina como as notícias são aceitas como verdadeiras na era da pós-verdade, onde as fake news influenciam a formação da opinião pública. Autores como Braga (2018), D'Ancona (2018) e Silva (2010, 2022) discutem como a verdade pode ser manipulada para servir a interesses específicos, alimentando a desinformação. Outro aspecto analisado é o papel dos algoritmos de recomendação das plataformas digitais na formação de bolhas informacionais. Esses algoritmos, ao priorizarem conteúdos que maximizam o engajamento, reforçam crenças preexistentes e limitam a exposição a opiniões divergentes, facilitando a disseminação de fake news. A análise se apoia em estudos de Das, Sahoo e Datta (2017), Martinho et al. (2019) e Ferreira (2020). Finalmente, o estudo realiza uma análise crítica do Projeto de Lei Nº 2630, avaliando como ele define o que é notícia e notícia falsa, além de examinar as ferramentas propostas para reduzir a disseminação de fake news. A análise busca identificar possíveis melhorias na legislação, garantindo sua eficácia sem comprometer a liberdade de expressão, equilibrando o combate à desinformação com a preservação das liberdades democráticas.

**Palavras-Chave:** fake news, Pós-verdade, Verdade, Discurso, Algoritmos.

## Abstract

In contemporary times, interactions between humans and machines, especially through the internet, have brought benefits, but also challenges such as the proliferation of fake news. This false information has negatively affected public debate and trust in institutions. To tackle this problem, governments around the world have created specific legislation. In Brazil, Bill No. 2630 (BRASIL, 2020a, 2020b) seeks to make social media platforms responsible for disseminated content and adopt measures to mitigate the spread of disinformation. However, this regulation raises complex issues, such as the definition of what is true or false and the risk of the law becoming an instrument of censorship. This study investigates these issues from an analysis of the concept of truth, based on linguistic studies and Applied Linguistics, according to authors such as Cavalcanti (1986) and Lopes (2009, 2006). The understanding of truth is explored through the perspectives of theorists such as Nietzsche (2008), Charaudeau (2020, 2022) and Foucault (2013, 2017, 2019). In addition, the study examines how news is accepted as true in the post-truth era, where fake news influences the formation of public opinion. Authors such as Braga (2018), D'Ancona (2018) and Silva (2010, 2022) discuss how truth can be manipulated to serve specific interests, feeding disinformation. Another aspect analyzed is the role of recommendation algorithms on digital platforms in the formation of information bubbles. By prioritizing content that maximizes engagement, these algorithms reinforce pre-existing beliefs and limit exposure to divergent opinions, facilitating the spread of fake news. The analysis is based on studies by Das, Sahoo and Datta (2017), Martinho et al. (2019) and Ferreira (2020). Finally, the study carries out a critical analysis of Bill No. 2630, assessing how it defines what is news and fake news, as well as examining the tools proposed to reduce the spread of fake news. The analysis seeks to identify improvements to the legislation, ensuring its effectiveness without compromising freedom of expression, balancing the fight against disinformation with the preservation of democratic freedoms.

**Key-words:** fake news, Post-truth, Truth, Discourse, Algorithms.

## Sumário

<b>Agradecimentos</b>	<b>4</b>
<b>Lista de Figuras</b>	<b>6</b>
<b>Introdução</b>	<b>10</b>
<b>1. Para um enquadramento em Linguística Aplicada</b>	<b>14</b>
<b>2 Verdade, fake news e algoritmos: qual é o problema?</b>	<b>17</b>
<b>2.1 Verdade, Discurso e Poder</b>	<b>20</b>
<b>2.1.1 Para um entendimento de Verdade</b>	<b>21</b>
<b>2.1.2 Uma compreensão de discursos a partir de Foucault</b>	<b>29</b>
<b>2.1.3 Nas tramas da ordem do discurso: O sentido de verdade em notícias</b>	<b>35</b>
<b>2.2 Pós-verdade: das notícias às fake news</b>	<b>38</b>
<b>2.3 Internet, algoritmos e agrupamento de bolhas</b>	<b>49</b>
<b>2.3.1. Como funcionam os algoritmos de recomendação?</b>	<b>50</b>
<b>2.3.2 O processo de formação de bolhas</b>	<b>56</b>
<b>3. Uma análise do Projeto de Lei N° 2630, de 2020</b>	<b>60</b>
<b>3.1 Brasil e sua legislação sobre a internet</b>	<b>61</b>
<b>3.2 Câmara e Senado, as diferentes propostas para o PL 2630</b>	<b>66</b>
<b>3.2.1 A questão da responsabilização das plataformas</b>	<b>67</b>
<b>3.2.2 A disseminação de informações em bolhas digitais</b>	<b>70</b>
<b>3.2.4 A abordagem da desinformação e fake news proposta pela lei</b>	<b>81</b>
<b>Conclusões</b>	<b>86</b>
<b>Referências</b>	<b>89</b>
<b>Anexos</b>	<b>94</b>

## Introdução

A ascensão da internet trouxe uma revolução na forma como comunicamos e acessamos informações. Atualmente, podemos trocar dados instantaneamente com pessoas ao redor do mundo, desfrutando de um vasto universo de conhecimento ao alcance de um clique.

Desde suas origens militares, a internet ampliou-se para uma rede global, dando origem à chamada WEB 3.0, cuja interatividade e o compartilhamento de informações tornaram-se fundamentais. Nesse contexto, os algoritmos de recomendação<sup>1</sup> desempenham um papel crucial, haja vista que eles atuam como os bibliotecários digitais, filtrando e organizando o vasto acervo de informações disponíveis na web para os usuários.

Em outro espectro, a dinâmica contemporânea da informação e do jornalismo tem sido fortemente influenciada pela ascensão da pós-verdade e o fenômeno das fake news. Neste contexto, o processo de produção e disseminação de notícias enfrenta desafios perante a interseção entre algoritmos, bolhas informativas e a disseminação de informações falsas.

Amparado nos textos de Santaella (2019), D'ancona (2018), Spinelli e Santos (2018), Genesini (2018), Mesquita (2018), Charaudeau (2022) e Seixas (2019) entende-se que a pós-verdade compreende o período contemporâneo que estamos vivendo, no qual os sujeitos já não querem mais produzir uma busca heurística do conhecimento mas aceitam qualquer informação que lhe é oferecida desde que esta caiba nos seus moldes e perspectiva de mundo.

Nesse mesmo contexto de pós-verdade, as fake news se apresentam como textos que possuem características do gênero jornalístico e são produzidos, deliberadamente, para enunciar informações falsas, que não possuem amparo na realidade factual<sup>2</sup>, o que por sua vez corrobora ainda mais com o cenário de caos desinformativo que estamos enfrentando.

Diante desses desafios, torna-se essencial um debate aprofundado sobre o papel dos algoritmos, das redes sociais e das políticas públicas na mitigação dos impactos das fake news. Iniciativas legislativas, como o Projeto de Lei N° 2630 de

---

<sup>1</sup> Este conceito será apresentado e trabalhado com mais profundidade na seção 2.3.

<sup>2</sup> Vide Becker; Goes, 2020; Braga, 2018; Paula; Silva; Blanco, 2018; Rais; Fernandes Neto; Cidrão, 2019; Silva; Ibanhes, 2021; Silva, 2022

2020 (BRASIL, 2020a, 2020b), representam uma tentativa de enfrentar essas questões e resguardar os princípios democráticos diante dos desafios da era digital.

O Projeto de Lei N° 2630 (BRASIL, 2020b, 2020a) propõe uma série de medidas que preveem o controle legal acerca dos conteúdos que circulam nas redes sociais. Dentre as medidas propostas, o projeto objetiva responsabilizar as empresas que controlam as redes sociais com o intuito de que elas moderem os conteúdos que circulam em suas plataformas. Este tipo de proposição instiga questionamentos como “quem irá fiscalizar quais conteúdos deverão circular nas redes sociais?”

Neste contexto, este trabalho busca explorar as complexidades da interação entre algoritmos, fake news e democracia, procurando contribuir para uma compreensão mais clara dos dilemas contemporâneos da informação e do jornalismo. O debate central desta pesquisa localiza-se numa análise acerca das proposições feitas no Projeto de Lei N° 2630 de 2020 (BRASIL, 2020a, 2020b), o qual objetiva fornecer ferramentas legais que possibilitem minar a propagação de notícias falsas por meio de aplicativos de mensagens e redes sociais.

Para situar esse trabalho no âmbito das pesquisas em linguística aplicada, recorreu-se às reflexões de Moita Lopes (2009, 2006) e Cavalcanti (1986). Tais autores defendem que por muito tempo a linguística aplicada foi confundida com a aplicação de teorias linguísticas no ensino e aprendizagem de idiomas, todavia, para os mesmos, a linguística aplicada é uma área mais profunda e ampla, uma vez que permite aplicar teorias linguísticas a contextos de reflexão que dialoguem, por exemplo, com a filosofia e sociologia.

Dessa forma, esta pesquisa se insere na área dos estudos linguísticos pois busca-se através das noções de discurso<sup>3</sup> e linguagem<sup>4</sup> compreender o processo de construção do sentido de verdade, e será através desta compreensão que guiar-se-á a análise de como o Projeto de Lei N° 2630 (BRASIL, 2020b, 2020a) propõe discernir e combater as fake news.

Perante a isso, objetiva-se neste trabalho refletir sobre a ideia de verdade na ótica dos estudos linguísticos. Busca-se aqui, a partir de teóricos como Nietzsche (2008), Foucault (2008, 2013, 2017, 2019) e Charaudeau (2020, 2022), apresentar a verdade como ato de linguagem que deriva do processo de construção de

---

<sup>3</sup> Vide Foucault (2019)

<sup>4</sup> Vide Vygotsky (1991), Barad (2003) e Cruz (2021)

significados. Intenta-se defender a perspectiva de que por ser ato de linguagem a verdade não é universal e, portanto, projetos legislativos como o PL 2630 (BRASIL, 2020a, 2020b) que procurem em alguma medida silenciar discursos tidos como "não verdadeiros", podem ser potencialmente perigosos, uma vez que o crivo da verdade derivará do crivo do observador.

Além disso, também objetiva-se neste trabalho justificar o surgimento da pós-verdade como decorrência do uso desenfreado de algoritmos de recomendação. Para isso, utilizam-se como conceitos fundamentais para essa análise os termos "algoritmo de recomendação", sob a ótica de Das, Sahoo e Datta (2017), Marinho et al. (2019) e Ferreira, "notícia falsa", "desinformação" e "fake news" conforme delineado por D'Ancona (2018) e Braga (2018).

Dessa forma, o presente trabalho foi dividido em três capítulos: dois teóricos, que se encarregaram de discutir respectivamente a localização desta pesquisa no âmbito da linguística aplicada e o segundo destinado compreender as relações entre algoritmos, verdade e fake news. Já o terceiro capítulo é dedicado à produção de uma análise Projeto de Lei N° 2630 (BRASIL, 2020b, 2020a), no qual utiliza-se desses conceitos para refletir se as metodologias sugeridas pelo PL N° 2630 são viáveis para combater as notícias falsas na internet.

Nesse sentido, o primeiro capítulo, "Para um enquadramento em Linguística Aplicada", situa este trabalho no âmbito dos estudos em linguística aplicada e não apresenta subdivisões em seções. Para tais reflexões, são utilizados como base teórica os textos de Moita Lopes (Lopes, 2009, 2006) e Cavalcanti (1986).

Já o segundo capítulo, "Verdade, fake news e algoritmos: qual é o problema?", apresenta três seções. Neste capítulo procura-se apresentar o aporte teórico e compreensões dos conceitos de "verdade", "fake news" e "algoritmos" que serão utilizados ao longo do trabalho.

Na primeira seção deste capítulo, "Verdade, Discurso e Poder", é elaborada a reflexão de que a verdade não é universal a todos os indivíduos, pois a mesma é na verdade um ato de linguagem, e, portanto, o sentido de verdade é construído por cada indivíduo no contexto onde está submetido. Para defender essa perspectiva, recorre-se aos textos de Nietzsche (2008), Camargo (2008), Moreira (2013), Charaudeau (2020, 2022) e Santaella (2019), para debater a ideia de que a verdade é um ato de linguagem, e aos escritos de Foucault (2008, 2013, 2017, 2019), Alves e Pizzi (2014), Cordeiro ([s. d.]) e Charaudeau (2020) para justificar que, enquanto

ato de linguagem, a verdade é produto do discurso e, portanto, está submetida às relações de poder na sociedade.

A segunda seção deste mesmo capítulo é dedicada a compreender os conceitos de desinformação e fake news sob a ótica de Braga (2018) e D’Ancona (2018). Nesta mesma subseção também é discutido o papel dos algoritmos de recomendação na construção do período da pós-verdade. Cabe ressaltar que recorreu-se aos escritos de Spinelli e Santos (2018) e Charaudeau (2022) para compreender o que é pós-verdade.

Já a terceira seção deste capítulo é utilizada para apresentar os conceitos de algoritmo e algoritmo de recomendação sob a ótica de Das, Sahoo e Datta (2017), Martinho et al. (2019) e Ferreira (2020), o conceito de bolhas de informação, conforme delineado por Gillespie (2018), Valente (2019), Guedes (2017), Niedzielski e Kornalewski (2023) e Kaufman e Santaella (2020), bem como apresentam-se explicações acerca de como tais algoritmos operam e quais as possíveis consequências de sua utilização desmedida.

O terceiro capítulo deste trabalho, “Uma análise do Projeto de Lei N° 2630, de 2020”, é dividido em duas seções. Neste capítulo, busca-se realizar um levantamento acerca da legislação brasileira acerca da internet, objetivando apresentar possíveis lacunas legais ao mesmo passo que procura-se justificar a necessidade e urgência do Projeto de Lei (PL) N.º 2630 (BRASIL, 2020a, 2020b), tecendo críticas quanto às diferentes propostas apresentadas nas casas legislativas brasileiras (Senado Federal e Câmara dos Deputados).

Por fim, nas considerações finais deste trabalho, objetiva-se apresentar uma análise geral das relações estabelecidas entre algoritmos de recomendação e fake news na construção do sentido de verdade para o usuário, de modo que tal análise seja contraposta ao PL N.º 2630 quanto a sua funcionalidade no combate à disseminação de notícias falsas.

## 1. Para um enquadramento em Linguística Aplicada

Por muito tempo, a Linguística Aplicada (LA) foi confundida com a aplicação das teorias linguísticas no ensino de língua inglesa (Cavalcanti, 1986). Todavia, a LA vai muito além disso, a linguística aplicada não se restringe ao ensino de línguas muito menos à mera aplicação de teorias linguísticas.

A Linguística Aplicada é necessariamente uma área multidisciplinar, pois por meio dela investiga-se o social, as práticas e interações sociais intermediadas pela linguagem (Lopes, 2009, 2006). A Linguística Aplicada permite situar o debate de aspectos linguísticos em outras áreas de conhecimento, pois entende que as práticas de linguagem não podem ser apartadas do âmbito social. Nesse espectro Cavalcanti (1986) comenta:

[...] a LA é mais ampla do que a aplicação das teorias linguísticas. Com efeito, para pesquisar questões de uso de linguagem, a LA busca parte de seus subsídios teóricos na Linguística e parte em outras áreas de investigação tais como a Psicologia, a Sociolinguística, a Antropologia, e Educação, a Filosofia, a Etnografia da Fala.(Cavalcanti, 1986, p. 5–6)

Partindo disso, faz-se imperativo apresentar um entendimento de linguagem para esta pesquisa. Entende-se aqui a linguagem como a habilidade de construir e compreender significados em suas mais diversas modalidades (Cruz, 2021). Nesse espectro, a linguagem serve ao humano como meio de acesso à realidade, é a partir de atos de linguagem que o ser humano edifica, compreende e se constitui perante o mundo.

Nesta ótica de linguagem, todas as relações sociais que enfrentamos desde a mais tenra idade ajudam a edificar conceitos e sentidos únicos para cada indivíduo<sup>5</sup>. O significado que atribuímos a um objeto nunca é o mesmo para todos os seres. Ainda que possamos compartilhar similaridades de conceitos, eles nunca são exatamente os mesmos.

Dito isso, por esta pesquisa se propõe a examinar, em primeira instância, o sentido de verdade e como ele interfere no processo de aceitação de uma notícia como verdadeira. Essa reflexão é necessária, pois em um dos objetivos da proposta do Projeto de Lei (PL) N.º 2630 (BRASIL, 2020b, 2020a) encontra-se a necessidade de limitar a disseminação de discursos tidos como falsos, todavia, em determinada

---

<sup>5</sup> Essa noção sócio-interacionista de linguagem está amparada nos escritos de Vygotsky(1991), Barad (2003), Buzato (2012), Freitas e Curinga (2015).

instância reflexiva, percebe-se que aceitação de um discurso como verdadeiro ou falso é subjetivo, logo, determinar um órgão ou entidade que tenha poder de limitar discursos on-line pode se tornar potencialmente perigoso para as democracias.

Essa ótica justifica situar este trabalho no âmbito da linguística aplicada, pois esta pesquisa aponta a linguagem como ferramenta social, como mecanismo de compartilhamento de sentidos e exige uma visão de práticas de linguagem que não desvinculem a linguagem do social.

O debate acerca do sentido de verdade realizado objetiva situar a linguagem no imbricamento de práticas sociais, o que torna indispensável a percepção da LA acerca do diálogo com outras áreas do conhecimento, uma vez que nesta mesma pesquisa recorre-se a textos dos estudos filosóficos, por exemplo, para compreender uma prática de linguagem.

Nas palavras de Cavalcanti (1986), uma pesquisa de Linguística Aplicada necessita partir de um debate acerca da prática de linguagem, mas isso não limita um trabalho em LA a usar apenas teóricos dos estudos linguísticos.

O percurso de pesquisa em LA tem seu início na detecção de uma questão específica de uso de linguagem, passa para a busca de subsídios teóricos em áreas de investigação relevantes às questões em estudo, continua com a análise da questão prática, e completa o ciclo com sugestões de encaminhamento. (Cavalcanti, 1986, p. 6)

Levanto este ponto, pois ao longo da leitura desta pesquisa, você perceberá um diálogo com diferentes áreas do conhecimento humano, como a filosofia, sociologia e os estudos de tecnologia. Este afastamento da exclusividade de teorias linguísticas pode fazer você leitor se indagar quanto à pertinência deste trabalho à linguística aplicada.

Nesse sentido, a perspectiva da LA nesta pesquisa serve para visualizar que não existe a possibilidade de dissociar o processo de edificação de significados das práticas sociais e que, ao utilizarmos esta lente teórica para examinar o conceito de verdade, percebemos que a verdade é diferente para cada ser e não existe uma verdade universal, mas sim múltiplos sentidos de verdade. O que por sua vez interfere diretamente na proposta do PL N.º 2630 (BRASIL, 2020b, 2020a).

A partir desta análise da verdade como prática de linguagem, buscar-se-á ao final do trabalho apresentar uma análise acerca dos riscos semânticos do PL N.º 2630 (BRASIL, 2020b, 2020a) adotar termos como desinformação ou notícias falsas,

pois isso justificaria para o PL, por exemplo, a eliminação de discursos tidos como "falsos".

## 2 Verdade, fake news e algoritmos: qual é o problema?

É inegável a importância da internet na sociedade contemporânea. Através dela podemos realizar pagamentos, agendar transportes, comunicar com amigos que estão a longas distâncias e ainda encontrar informações e parceiros amorosos que se encaixem perfeitamente aos nossos moldes e perfis.

Nesse mesmo espectro, é igualmente irrefutável que toda esta gama de facilidades inaugurou uma nova série de problemáticas sociais, como a uberização dos trabalhos, a liquefação das relações (Bauman, 2004) e o advento da pós-verdade.

Dentre a profusão de adversidades que inauguraram a contemporaneidade, as fake news têm chamado a atenção, sobretudo devido aos seus impactos diretos no meio social e sua ameaça iminente às sociedades democráticas. As fake news têm se tornado uma ameaça devido à fácil aceitação dos seus efeitos de verdade na sociedade contemporânea, o que por sua vez justifica a utilização de notícias falsas para minar campanhas eleitorais, inflamar massas sociais acerca de debates políticos extremamente polarizados e conduzir pessoas a atos agressivos contra o próprio estado.

Nesse sentido, este capítulo propõe-se a refletir, em um espectro teórico, acerca de como o processo de formação de bolhas digitais, conforme apresentado por Gillespie (2018), Valente (2019), Guedes (2017), Niedzielski e Kornalewski (2023) e Kaufman e Santaella (2020), são produzidas por algoritmos de sugestão das redes sociais e têm operado como um mecanismo de impulsionamento das fake news.

Para isso, em um primeiro momento, objetiva-se delinear que a verdade é um produto do discurso, um efeito de sentido, e que enquanto sentido a verdade está intrinsecamente relacionada com a formação discursiva em que está posta. Nesse espectro, a verdade não está necessariamente relacionada à materialidade de algo, mas é produzida pelo discurso, é aceita por um indivíduo enquanto efeito de sentido.

Esse debate será conduzido a partir das análises elaboradas por Charaudeau (2020, 2022), Nietzsche (2008), Foucault (2008, 2013, 2017, 2019) e Cordeiro ([s. d.]). Ademais, o debate aqui realizado acerca da verdade busca desvendar as nuances do conceito de verdade, não apenas como uma entidade estática, mas como uma construção multifacetada e subjetiva, explorando as ideias de filósofos

como Nietzsche (2008). A linguagem, conforme Nietzsche (2008), Charaudeau (2020, 2022) e Foucault (2008, 2013, 2017, 2019) argumentam, é um instrumento subjetivo que reflete a perspectiva e a experiência de quem a utiliza. Assim, a verdade é moldada por uma série de fatores contextuais, culturais e individuais, sendo fluida e multifacetada.

Em mesmo espectro, recorre-se às noções de discurso e formação discursiva estabelecidas por Foucault (2008, 2017, 2019), com o intuito de demonstrar como as práticas linguísticas e sociais influenciam na construção do sentido de verdade.

Neste escopo, entende-se que o discurso não apenas reflete a realidade, mas também a constitui, sendo uma ferramenta poderosa na regulação das práticas sociais e na definição do que é aceito como verdade, produzindo assim não uma verdade factual e empírica, mas um efeito de verdade.

Devido a esta característica do efeito de verdade, as notícias (que em tese comunicariam a verdade) sofrem fortes ameaças na contemporaneidade, pois perdem facilmente o seu status de “verdade” quando observadas por diferentes formações discursivas.<sup>6</sup> O sentido de verdade é fundamental para a aceitação de uma notícia, de modo que quando desacreditada, uma notícia, perde o seu valor informacional e logo é substituída, não por uma outra notícia, mas por uma notícia falsa.

Nessa lógica, demonstrar-se-á que a principal ferramenta das fake news é o emocional humano, de modo que por meio de características como o viés de confirmação, as fake news atingem diretamente opiniões emocionadas dos indivíduos, que já não querem buscar dados que comprovem suas perspectivas de mundo, mas aceitam qualquer enunciação que seja favorável às suas convicções.

Essa análise leva em consideração Charaudeau (2020, 2022) quando aborda o processo de aceitação de uma verdade, bem como leva-se em consideração os escritos de Silva (2010) e Epstein (2007) ao discutirem o processo de aceitação do discurso jornalístico.

Dito isso, quando se observa este fenômeno adicionado ao surgimento de bolhas informacionais, como é o caso das redes sociais, vê-se emergir um cenário similar à alegoria da caverna de Platão (2014). Um ambiente no qual cada indivíduo

---

<sup>6</sup> Vide Charaudeau (2020, 2022) e Foucault (2008, 2013, 2017, 2019)

está preso em sua própria caverna digital e é convencido de que a realidade é exatamente conforme ele visualiza através de sua tela de celular.

Neste escopo, a polarização política é inevitável, porque esta conjuntura segmenta e isola os indivíduos de acordo com preferências e gostos criando comunidades enunciativas que não entram em contato com enunciados de diferentes perspectivas, o que acaba gerando um ambiente de polarização extrema em todos os tipos de debates.

Por fim, o texto levanta questões sobre como os algoritmos e as ferramentas digitais são utilizados para moldar os discursos e influenciar na percepção da verdade. A análise proposta busca compreender não apenas o que é verdade, mas também como ela é construída, contestada e perpetuada nos diversos contextos sociais e culturais, sobretudo no atual cenário da pós-verdade onde as fake news ganham força devido a algoritmos de recomendação.

É imperativo destacar que esta investigação sobre a verdade não se limita a uma busca por respostas definitivas, mas sim a uma exploração das complexidades inerentes à natureza humana e à linguagem.

Durante este processo de reflexão, serão levantados questionamentos importantes sobre a forma como esses algoritmos operam. Como são selecionadas as informações que os usuários veem? Quão confiáveis são essas informações? Até que ponto a privacidade é preservada? E como lidar com a disseminação de desinformação online?

Faz-se isso, para embasar o debate do próximo capítulo, de caráter analítico, onde propõe-se examinar o Projeto de Lei N° 2630 Projeto de Lei N° 2630 (BRASIL, 2020b, 2020a), especificamente no tocante à conceituação de notícias e notícias falsas presente no projeto, bem como as ferramentas propostas para combater a disseminação de fake news.

## 2.1 Verdade, Discurso e Poder

Nesta seção delinear-se-á um debate acerca do sentido de verdade, temática que vem sendo discutida ao longo de milênios e nunca encontrou uma compreensão unívoca. Cabe ressaltar que o interesse aqui não é findar o debate e determinar o que é verdade em todos os seus espectros, pelo contrário, objetiva-se compreender como os discursos são formulados e aceitos socialmente como verdades instituídas, o que eles veiculam e em benefício ou detrimento de quem, evidenciando, portanto, as relações de poder no contexto das práticas sociais e de linguagem .

Em um primeiro momento, discutiremos as relações entre a verdade e a linguagem. Para isso, utiliza-se os estudos de Nietzsche (2008), Foucault (2008, 2013, 2017, 2019) e Charaudeau (2020, 2022), por meio dos quais delinea-se que o entendimento da verdade é um entendimento linguístico. A verdade, para esta pesquisa, não está relacionada com a materialidade ou correlação empírica de um enunciado com o mundo real, aponta-se aqui uma compreensão de verdade enquanto sentido que é aceito por um indivíduo.

A partir desta percepção, apresentar-se-á que a verdade, enquanto sentido aceito, é uma verdade discursiva, em outros termos, a verdade é de fato um sentido produzido pelo discurso, e, por razão disso, não necessita ter materialidade empírica. Enquanto discurso, a verdade obedece às regras de formação de enunciados, que não apenas permitem mas também obrigam a dizer algo, a verdade só emerge como tal quando inserida em uma formação discursiva.

Sendo assim, o efeito de verdade dentro de um enunciado só é possível de ser compreendido quando observada toda a formação discursiva da qual este enunciado emergiu. E ao analisar dada formação discursiva, nota-se que esta está permeada por relações de poder que influenciam o que pode e (ou) não ser dito. Estas relações de poder, por sua vez, têm a capacidade de moldar os efeitos de verdade que circulam na formação discursiva em questão.

Para tal análise, recorreu-se aos estudos de Nietzsche (2008) e Charaudeau (2020, 2022) para delinear a verdade com ato de linguagem e aos escritos de Foucault (2008, 2013, 2017, 2019) e Charaudeau (2020, 2022) para compreender que a verdade enquanto produto de discursos é influenciada por relações de poder.

Neste escopo, ao compreender as relações enunciativas das notícias e das *fake news*, nota-se que o que está em jogo não é a relação entre enunciado e

materialidade, mas sim a aceitação discursiva de um enunciado como verdadeiro. Na pós-verdade (Charaudeau, 2022; Spinelli; Santos, 2018) já não importa para os sujeitos que o discurso tenha correspondência material, basta que este corrobore com a sua perspectiva de mundo para ser aceito como verdadeiro.

### **2.1.1 Para um entendimento de Verdade**

Compreender o sentido da verdade sem dúvida é um trabalho árduo, tanto é que inúmeros pensadores já se debruçaram sobre essa temática sem nunca chegar a um consenso do que vem a ser de fato a verdade. Nessa ótica, delinear um conceito de verdade é de suma importância para esta pesquisa, haja vista que se almeja projetar a verdade não como algo factual, mas como uma produção discursiva, a qual lhe é atribuída um sentido de verdade.

Faz-se isso para posteriormente discutir o processo de aceitação do sentido de verdade em notícias e fake news, visando situar o debate no âmbito da pós-verdade. Em mesmo espectro, pretende-se utilizar essa noção de verdade ao realizarmos nossa análise acerca de como o PL N 2630 aborda tal temática.

É importante discernir que não se objetiva nesta pesquisa exaurir o debate do que é uma verdade, ou ainda apontar um percurso histórico da verdade nos estudos filosóficos. Intenta-se aqui delinear a compreensão de verdade que será utilizada ao longo do trabalho. Para isso recorre-se aos textos de Camargo (2008), Moreira (2013) e Nietzsche (2008), para compreender o conceito de verdade sob a luz do texto *Sobre verdade e mentira* (Nietzsche, 2008). Também recorre-se às reflexões de Charaudeau (2022) para amparar essa perspectiva de verdade.

Em primeiro lugar, explorar a concepção de verdade conforme Nietzsche (2008) implica reconhecer que a linguagem, enquanto instrumento humano, é uma construção que reflete a subjetividade do criador. Para o autor, a atribuição de significado às palavras é um ato arbitrário e subjetivo, no qual os seres humanos selecionam sequências de sons e sentidos que têm significado para eles, mas que não necessariamente refletem uma realidade objetiva.

Ao examinar o significado da palavra "dura", por exemplo, percebemos que sua definição é moldada pela subjetividade do indivíduo que a cria. Tal significado não é universal, podendo variar tanto foneticamente entre diferentes regiões linguísticas quanto semanticamente entre os próprios falantes de uma língua. A

diversidade na percepção e concepção de palavras como "dura" ilustra a complexidade e a relatividade inerentes à linguagem humana.

A abordagem de Nietzsche (2008) nos convida a questionar a natureza da verdade e a reconhecer a linguagem como um meio subjetivo de representar a realidade, permeado por interpretações individuais e culturais. Ao entender a verdade sob essa perspectiva, somos levados a refletir sobre a natureza fluida e multifacetada da linguagem e suas implicações na construção do conhecimento e da compreensão humana.

Face ao exposto, postula-se que pelo fato de existirem diferentes línguas, pode-se constatar que estas jamais conseguiram abarcar um conceito de forma única. Uma palavra em uma língua não é capaz de representar integralmente a essência de uma coisa, nem de representar um conceito uniforme para todos os seres humanos. Isso se deve à natureza complexa e multifacetada tanto da linguagem quanto da experiência humana.

Tal perspectiva deriva, em primeiro ponto, do processo de construção de uma palavra, haja vista que estas são construções simbólicas que surgem de convenções sociais e culturais, carregando consigo uma carga semântica e histórica que varia de acordo com contextos e interpretações individuais.

Já em outra perspectiva, a percepção e compreensão de uma palavra é influenciada por uma infinidade de fatores, incluindo experiências pessoais, conhecimento prévio e perspectivas culturais, o que torna a interpretação de um termo altamente subjetiva e contextual. Portanto, a ideia de que uma palavra possa capturar plenamente a essência de uma coisa ou representar um conceito universalmente aceito é uma simplificação excessiva da complexidade da linguagem e da diversidade da experiência humana.<sup>7</sup>

Portanto, a verdade, enquanto palavra, é algo que nunca pode ser plenamente capturado em uma única expressão. Uma palavra nunca é completamente adequada para representar a amplitude da realidade, pois tanto o significado quanto o significante nunca são, de fato, uma verdade absoluta, mas sim uma representação. São produtos de um acordo de sentidos que foram historicamente e socialmente construídos e compartilhados entre os falantes de uma língua, que na perspectiva de Charaudeau (2022) significa dizer:

---

<sup>7</sup> Essa reflexão surgiu a partir das análises propostas por Camargo (2008), Nietzsche (2008) e Moreira (2013) acerca do conceito de verdade.

A verdade, assim enunciada, depende igualmente do seu efeito e, portanto, da interpretação oferecida pelo receptor. Pois todo ato de linguagem se inscreve, como já dissemos, em uma relação de alteridade, de influência recíproca entre os interlocutores, construindo, assim, conhecimentos e crenças comuns. A significação dos atos de fala não depende apenas do que é dito (seu conteúdo), mas da situação de interação na qual se inscrevem (a enunciação), dos valores que defendem os interlocutores (imaginários) e das circunstâncias materiais (dispositivos) em que se encontram. [...] O que faz com que a significação de um ato de fala e a verdade de que é portador seja o resultado de uma construção entre a intenção (consciente ou não) do Eu e o trabalho de interpretação do Tu [...]. (Charaudeau, 2022, p. 20–21)

Dito isso, percebe-se a partir de Charaudeau (2022) e Nietzsche (2008) que a verdade não é uma entidade estática, mas sim uma construção que emerge das interações humanas, o que nos convida a considerar a fluidez e a contingência dos significados atribuídos às palavras, bem como a importância do diálogo e da negociação de sentidos na busca por uma compreensão mais profunda e inclusiva da realidade.

Em segundo ponto, além de ser interpretação linguística e subjetiva da realidade, as próprias ideias de verdade e realidade decorrem das percepções sensoriais que podemos experimentar. Partindo da leitura de Nietzsche (2008), refletimos que ainda que retornemos à ideia de verdade ser apenas aquilo que se pode ver, como o nosso limitado sistema óptico pode ser capaz de abarcar a realidade? Como pode ser capaz de formular uma verdade absoluta, uma vez que enquanto humanos não temos nem a capacidade de visualizar a olho nu todos os tipos de comprimento de ondas? Portanto, nem mesmo as experiências sensoriais que a humanidade tem são totalmente reais, ou verdadeiras no sentido estrito da palavra. Até mesmo para os nossos sentidos, a verdade é mutável.

Perante isso, Nietzsche (2008) pondera que a noção de realidade que a humanidade possui é limitada, pois a realidade para os humanos só é acessível por meio dos sentidos e da linguagem. Os sentidos conseguem captar as experiências sensoriais, mas é a linguagem que permite dar sentido a estas experiências. Sendo assim, devido ao caráter multifacetado da produção de significados, não cabe ao sujeito de linguagem conseguir representá-la em um único sentido. Tal visão é corroborada na seguinte fala de Nietzsche:

Dispostas lado a lado, as diferentes línguas mostram que, nas palavras, o que conta nunca é verdade, jamais uma expressão adequada: pois do contrário, não haveria tantas línguas. A “coisa em si” (ela seria precisamente a pura verdade sem quaisquer consequências) também é, para o criador da linguagem, algo totalmente inapreensível pelo qual nem de longe vale a pena esforçar-se. (Nietzsche, 2008, p. 31)

Face a esta perspectiva, conclui-se que o sentido de verdade não pode ser universal, pois nesta visão a verdade é uma expressão humana subjetiva, é uma compreensão construída e entrelaçada com outros conceitos (discursos), é uma percepção incorpórea da realidade. Nesse mesmo sentido, Charaudeau (2022) defende que “a verdade do ponto de vista da linguagem encontra-se na articulação entre a forma como os sujeitos representam para si o mundo por meio do seu saber, e o tipo de relação na qual interagem” (Charaudeau, 2022, p. 22).

Partindo desta percepção, entende-se nesta pesquisa que o conceito de verdade é uma abstração construída a partir de relações linguísticas, sociais e psicológicas, e que conseqüentemente também é influenciada por relações de poder (Foucault, 2013).

Nesta mesma ótica, Nietzsche (2008) apresenta uma outra aplicação do sentido de verdade, não como o sentido estrito da palavra, mas uma verdade em sentido amplo, uma verdade enquanto discurso. Entende-se que a verdade, enquanto discurso, é um conjunto flexível de significados, sentidos antropomórficos erguidos linguisticamente, representados e solidificados em palavras, que com o tempo acabaram adquirindo um sentido de verdade universal, tal qual os múltiplos sentidos de “dura”, mas que no entanto nunca deixaram de ser metáforas desgastadas. Nas palavras de Nietzsche (2008), a verdade é:

O que é, pois, a verdade? Um exército móvel de metáforas, metonímias, antropomorfismos, numa palavra, numa soma de relações humanas que foram realçadas poética e retoricamente, transpostas e adornadas, e que, após uma longa utilização, parecem a um povo consolidadas, canônicas e obrigatórias: as verdades são ilusões das quais se esqueceu que elas assim o são, metáforas que se tornaram desgastadas e sem força sensível, moedas que perderam seu troquel e agora são levadas em conta apenas como metal, e não como moedas. (Nietzsche, 2008, p. 36)

Todavia, assim como Santaella (2021) argumenta em seu livro *De onde vem o poder da mentira?*, é essencial realizar algumas considerações acerca desta noção de verdade e a construção do saber científico, uma vez que relativizar o conceito de verdade ao extremo pode ser algo socialmente perigoso.

Nesta mesma análise, observa-se que até mesmo no saber científico, o sentido de verdade não está amarrado à realidade, pois se o conceito de verdade é algo construído pelo e para o ser humano, e as interpretações sensoriais da realidade dependem da linguagem, como pode essa mesma significação, em âmbito científico, escapar da percepção de que a verdade não está materializada na realidade? Em loco, a verdade é uma interpretação da realidade, e como interpretação é subjetiva.

Todavia, no escopo do saber científico, a verdade perde parte do seu valor subjetivo, conforme defendido por Santaella (2021). O cientista, quando inscreve seu discurso no discurso da comunidade científica, passa a aceitar alguns conceitos que foram erguidos por seus precursores através da metodologia científica. Tal qual demonstrado por Nietzsche (2008), percebe-se um edifício de sentidos da verdade, efeitos de verdade, uma espécie de estrutura conceitual, como explicitado no excerto abaixo:

[...] Assim como a abelha constrói favos e, ao mesmo tempo, enche-os de mel, assim também opera a ciência irrefreadamente sobre aquele enorme columbário de conceitos, cemitério das instituições, sempre construindo novos e mais elevados pavimentos, escorando, limpando e renovando os antigos favos, esforçando-se, sobretudo, para preencher essa estrutura colossalmente armada em forma de torre e ordenar em seu interior, o mundo empírico inteiro, isto é, o mundo antropomórfico. (Nietzsche, 2008, p. 45)

Assim sendo, a verdade dentro do escopo científico é uma série de acordos, de significados que foram construídos a partir de determinadas práticas de verificação da verdade. Em outros termos, verdades que foram construídas por meio da metodologia científica.

Nesse sentido, o que difere então o sentido de verdade no saber científico para o sentido de verdade em outros tipos de discursos é a capacidade que o próprio discurso científico tem de se atualizar e autorregular por meio da metodologia científica, pois “o saber científico estabelece uma verdade até que se prove o contrário” (Charaudeau, 2022, p. 29). Uma verdade na ciência é uma intrínseca rede de significados que se entrelaçam e se completam.

A partir desse ponto de vista, torna-se evidente que, no âmbito do conhecimento científico, a verdade é uma intrincada combinação de significados que, assim como o ferro fundido, são moldados e refinados de forma contínua por cientistas que escolhem se envolver nessa complexa rede de sentidos, mas que no

fundo nunca descobrem a verdade como um todo, pois essa está sempre a um passo de ser desvendada, o que revela o caráter falibilista do saber humano, conforme defendido por Santaella (Santaella, 2021):

Como se pode perceber, o falibilismo não é uma tese sobre a verdade em si mesma, a qual se constitui em objeto da reflexão filosófica desde os gregos. Em vez disso, o falibilismo trata de nossas tentativas de alcançar a verdade, aceitá-la ou acreditar nela. Existem limitações fundamentais para isso até mesmo quando são empregados meios sofisticados de pensamento racional e de representação. ( SANTAELLA, 2021, p.21)

Partindo desta análise, reconhece-se que até mesmo nas ciências a verdade não é desvendada por completo, mas sempre está um passo à frente do entendimento humano, o que revela que nunca alcançamos a verdade absoluta, mas sim uma verdade temporária, um sentido de verdade aceito no contexto em que estamos.

Partindo dessa noção, entende-se que a verdade é uma percepção dos conceitos que são construídos, e que enquanto conceito a verdade é subjetiva, até mesmo no saber científico, todavia o que difere este último dos significados fora do ramo das ciências é o que Foucault (2013) chamará de inquérito.

Foucault, em *A verdade e suas formas jurídicas* (Foucault, 2013), compreende o inquérito como uma forma de investigação da verdade, uma série de procedimentos que foram estruturados para atestar a “verdade” de algo. Segundo o autor, o inquérito serve como um mecanismo pelo qual as sociedades não apenas buscam assegurar a existência material de algo, mas também legitimam essa existência dentro de um quadro jurídico e epistêmico específico. Esse processo de validação e legitimação é fundamental para a manutenção da ordem social e das normas que regem a realidade percebida, pois eles buscam amparar a “verdade” não na interpretação de um sujeito, mas em todo um ecossistema social que busca construir significados a partir da materialidade de existência dos acontecimentos, o que vale nesse sistema não é a subjetividade do indivíduo, mas a possibilidade de se comprovar tal interpretação com aspectos materiais, de se reunir provas que atestem a existência de um elemento, segundo o autor:

Se, com efeito, se consegue reunir pessoas que podem, sob juramento, garantir que viram, que sabem, que estão a par; se é possível estabelecer por meio delas que algo aconteceu realmente, ter-se-á indiretamente, através do inquérito, por intermédio das pessoas que sabem, o equivalente ao flagrante delito. E se poderá tratar de gestos, atos, delitos, crimes que não estão mais no campo da atualidade, como se fossem apreendidos em flagrante delito. Tem-se aí uma nova maneira de prorrogar a atualidade, de transferi-la de uma época para outra e de oferecê-la ao olhar, ao saber, como se ela ainda estivesse presente. Esta inserção do procedimento do inquérito reutilizando, tornando presente, sensível, imediato, verdadeiro, o que aconteceu, como se estivéssemos presenciando, constituindo uma descoberta capital. (Foucault, 2013, p. 73–74)

Nessa ótica, a ideia central, dentro desse sistema de inquérito, é que a subjetividade do indivíduo é menos relevante do que a capacidade de comprovar uma interpretação por meio de aspectos materiais, reunindo evidências que atestem a existência de um fato ou elemento. Assim, o foco está na objetividade e na prova concreta como base para estabelecer a verdade e manter a coesão social.

Nesse sentido, os procedimentos de inquérito apontados por Foucault (2013) foram a maneira que as sociedades encontraram de identificar a verdade, de atestar que dado acontecimento realmente existiu na materialidade do tempo. Nessa ótica, o que propõe-se aqui é compreender a metodologia científica como uma forma de inquérito, uma série de regras e métodos que são utilizados para se verificar a verdade.

Essa noção é necessária para evitar que se caia em um relativismo total acerca da verdade, buscando compreender que, inserido no saber científico, está uma busca pela verdade empírica. A verdade científica procura ao máximo desvendar a névoa de sentidos que encobrem a visão de uma verdade. A metodologia científica trabalha com um conceito de verdade como correspondência, para se provar que algo é uma verdade na ciência, necessita-se demonstrar sua relação com a realidade.

Acerca desta aproximação dos processos de investigação do discurso científico e do discurso jurídico, Scileski e Guareschi (2011) argumentam que ambos buscam capturar o sentido da verdade por meio de métodos investigativos, e a partir destes métodos que se pode atestar uma verdade. Nas palavras de Scileski e Guareschi (2011):

Há, portanto, uma aproximação entre os discursos jurídicos com o próprio discurso científico no que se refere a essa busca pela verdade. Ao que parece, nessa técnica comum de inquérito, de interrogatório ou mesmo de entrevista reside um objetivo de apreender e de capturar a verdade, de colhê-la, de cuidá-la. (Scileski; Guareschi, 2011, p. 221)

Face a esta exposição, cabe aqui tecer algumas considerações. Conforme defendido por Foucault (2013) ainda que os procedimentos de inquérito pretendam correlacionar um dito acontecimento à uma materialidade objetiva, esses procedimentos precisam ser validados por uma autoridade, um juiz em âmbito jurídico, um professor em âmbito educacional. Foucault (2013) defende que esses procedimentos de validação da verdade também servem para controlar o que pode ser dito e aceito como verdade.

Nesse sentido, um procedimento de inquérito, seja na seara jurídica, seja em âmbito científico, também obedece às estruturas de poder, em cada um desses arquétipos existirá um indivíduo, que controlará o dito e o não dito, que controlará o discurso da verdade. Acerca dessas relações de poder nos procedimentos de inquérito, Foucault (2013) comenta:

O inquérito é precisamente uma forma política, uma forma gestão, de exercício do poder que, por meio da instituição judiciária, veio a ser uma maneira, na cultura ocidental, de autenticar a verdade, de adquirir coisas que vão ser consideradas como verdadeiras e de as transmitir. O inquérito é uma forma de saber-poder. É a análise dessas formas que nos deve conduzir à análise mais estrita das relações entre os conflitos de conhecimento e as determinações econômico-políticas. (Foucault, 2013, p. 79)

Partindo dessa análise de Foucault (2013), entender os procedimentos de inquérito também como método de exercício de poder, implica compreender que eles também funcionam como formas de controle do discurso da verdade. Uma verdade que deve ser aceita socialmente, uma verdade imposta a cada indivíduo, no caso das ciências, uma verdade imposta pelo saber científico. Uma verdade, que tal qual a fala de Nietzsche (2008) citada anteriormente, é erguida e aceita em um monumento conceitual compartilhado pelos cientistas.

Nessa ótica, a verdade não perde o seu caráter subjetivo, ela o mantém devido ao falibilismo do conhecimento humano. Devido a essa característica falibilista, o cientista inscreve seu discurso no discurso da ciência, mas também pode atualizar, inserir sua verdade subjetiva de modo a renovar uma verdade

compartilhada, desde que aceita pelas autoridades detentoras do procedimento de inquérito no saber científico, para Charaudeau (2022):

Uma teoria se caracteriza por uma forma de discurso que é fechada e aberta ao mesmo tempo, Fechada em torno de um núcleo de certezas constituído por um conjunto de proposições tendo valor de postulados, de princípios ou economias, dos quais dependem conceitos, modos de raciocínio em um aparato metodológico. Aberta na medida em que essa forma de discurso encontra-se permanentemente em um processo de discussão, de possível refutação com proposições contrárias ou resultados opostos. Em outras palavras, uma teoria é forçada a aceitar o confronto com a empiria e a crítica. O que a faz evoluir. (Charaudeau, 2022, p. 29)

Tal análise de Charaudeau (2022) corrobora a perspectiva de Santaella (2021) acerca do falibilismo do conhecimento humano, bem como justifica a existência de múltiplas verdades sem relativiza-las ao extremo, uma vez a humanidade, aprada nos métodos de inquérito (Foucault, 2013), encontrou uma forma de revelar parcela da verdade. Portanto, cabe concluir, que a verdade é sim algo subjetivo, é uma construção de atos de linguagem, de discursos, que atravessam os indivíduos. Cada sentido de verdade é único, pois tal qual qualquer ato de linguagem, a verdade emerge um contexto histórico-social único de cada pessoa, e que nas ciências a verdade não é algo absoluto, mas uma parcela da verdade a ser investigada, e que os cientistas concordam em compartilhar estes conceitos de verdade.

Acerca desta perspectiva da verdade enquanto ato de linguagem e produto de discursos, na próxima seção delineamos uma noção de discurso a partir de Foucault (2008, 2013, 2017, 2019). Tal noção será necessária para justificar a percepção de que enquanto discurso a verdade obedece à relações de poder, e como tal, produtos jurídicos como o PL Nº 2630 merecem extrema atenção, uma vez que o referido projeto de lei pressupõe a existência de um discurso verdadeiro, e, passível de ser veiculado, e que como instrumento jurídico pode ser utilizado para exercer em alguma medida censura da liberdade de expressão.

### **2.1.2 Uma compreensão de discursos a partir de Foucault**

Conforme explicitado no capítulo anterior, entende-se nesta pesquisa que verdade, enquanto sentido discursivo, é um emaranhado de significados que são erguidos ao longo da vida de um sujeito. Enquanto prática de linguagem, a construção de um significado nunca escapará de um contexto social de produção, o

que por sua vez justifica a possibilidade de um mesmo significante apresentar diferentes significados entre os grupos de falantes.

Para essa perspectiva Foucault (2008, 2019) apresenta a noção de discurso. O autor compreende o discurso como a prática social de linguagem, como a enunciação realizada por um indivíduo dentro de um contexto social. Acerca disso, Cordeiro ([s. d.]) comenta:

O discurso como prática é essa instância da linguagem em que a língua está relacionada com “outra coisa”, a qual não é linguística. Donde, a relação da língua com “outra coisa” que não é de natureza linguística, relação que se dá no uso da linguagem, essa relação é o discurso. O discurso é uma prática que relaciona a língua com “outra coisa” (Cordeiro, [s. d.], p. 2)

Nesta perspectiva, a fim de elucidar melhor o conceito de discurso trabalhado nesta pesquisa, bem como com o intuito de justificar a compreensão da verdade como produto do discurso, recorreremos aqui a algumas definições apresentadas por Foucault (2008), como a concepção de enunciado e a perspectiva de formações discursivas. Após este momento será apresentada uma definição de discurso e realizar-se-á um debate acerca de como a verdade é um produto de discursos.

O primeiro conceito a ser debatido é a concepção de enunciado adotada por Foucault (2008). Segundo o autor, o enunciado não pode ser definido quanto a sua forma estrutural, haja vista que a cada tentativa da análise estrutural de um enunciado observa-se a emergência de conceitos que ora não são suficientes para abarcar todas as possibilidades de um enunciado, ou, ora estas definições abarcam elementos (como letras) que não atendem os requisitos de existência de um enunciado.

Nesse escopo Foucault (2008) sugere que se observe o surgimento de um enunciado através de sua função, pois é a partir de sua função de existência que se compreende o “fazer sentido” de um enunciado. Sendo assim o enunciado não é a frase ou o texto propriamente, mas as condições de existência que permitiram que a enunciação fosse realizada de certa forma e não de outra. Nas palavras de Foucault (2008):

Inútil procurar o enunciado junto aos grupamentos unitários de signos. Ele não é nem sintagma, nem regra de construção, nem forma canônica de sucessão e de permutação, mas sim o que faz com que existam tais conjuntos de signos e permite que essas regras e essas formas se atualizem. Mas se as faz existirem, é de um modo singular que não se poderia confundir com a existência dos signos enquanto elementos de uma língua, nem tampouco com a existência material das marcas que ocupam um fragmento e duram um tempo mais ou menos longo. (Foucault, 2008, p. 99)

Dito isso, entender a função de existência de um enunciado significa compreender, em primeira instância, as intenções comunicativas que culminaram na produção de um enunciado. Significa entender que um enunciado é similar a um conjunto de regras que permitem os processos de enunciação. Nessa perspectiva, um enunciado é aquilo que permite a existência de uma frase ou texto, são regras tácitas que regem os processos de enunciação.

Partindo desta ideia de enunciado, Foucault (2008) apresenta a perspectiva de formação discursiva. Uma formação discursiva não é edificada quando diferentes enunciados se referem sobre um mesmo objeto, haja vista que diferentes enunciados tendem a discutir um mesmo objeto de modos diferentes. Como exemplo os acontecimentos de 08 de janeiro de 2023, quando um grupo de manifestantes invadiu e depredou o Congresso Nacional e o Supremo Tribunal Federal. Este objeto pode, e foi, enunciado de formas diferentes, não existiu uma unidade de discurso nessas enunciações. Cada enunciado tratou à sua maneira o acontecimento.

A segunda hipótese do autor é que uma Formação Discursiva não pode ser um mero encadeamento de enunciados, pois para existir um discurso é necessária a existência de um entrelaçamento de diferentes tipos de enunciados sobre temas distintos. Exemplificativamente, se aglutinásemos e encadeássemos todos os enunciados proferidos desde o início das manifestações do 08 de janeiro até o presente momento, não encontraríamos uma unidade discursiva sobre os acontecimentos, mas sim diferentes discursos sobre o que ocorreu.

O outro caminho apontado por Foucault (2008) é que uma formação discursiva não pode ser um grupo de enunciados aglutinados em torno de um mesmo conceito, haja vista que conceitos podem ser compartilhados entre diferentes tipos de discursos e adquirirem diferentes sentidos nestes discursos. Ainda utilizando o 08 de janeiro a título de exemplo, observar-se-ia que o conceito de democracia, comum tanto para quem invadiu o congresso quanto para quem

repudiou o ato, fora utilizado de formas diferentes. Enquanto para um grupo os atos de 08 de janeiro foram atos de defesa da democracia, para o outro foi justamente o contrário.

Em quarto espectro, uma formação discursiva não pode ser um conjunto de enunciados que reiteradamente debatem um tema. Por exemplo, não existiria uma formação discursiva do jornalismo acerca do 08 de janeiro, uma formação discursiva do jornalismo necessita discorrer sobre outras temáticas, uma formação discursiva não fica presa a um único tema de debate.

Nesse espectro, uma formação discursiva emerge não quando se observa em um grupo de enunciados uma regularidade, mas sim quando analisa-se um sistema de dispersão. Uma formação discursiva é observada quando entre a dispersão dos enunciados encontra-se uma regularidade de objetos, tipos de enunciação, conceitos e escolhas temáticas. Nas palavras de Foucault (2008):

No caso em que se puder descrever, entre um certo número de enunciados, semelhante sistema de dispersão, e no caso em que entre os objetos, os tipos de enunciação, os conceitos, as escolhas temáticas, se puder definir uma regularidade (uma ordem, correlações, posições e funcionamentos, transformações), diremos, por convenção, que se trata de uma formação discursiva - evitando, assim, palavras demasiado carregadas de condições e consequências, inadequadas, aliás, para designar semelhante dispersão, tais como "ciência", ou "ideologia", ou "teoria", ou "domínio de objetividade".(Foucault, 2008, p. 43)

Com base nessas definições de enunciado e formações discursivas, pode-se então compreender a ideia de discurso. Entender o discurso significa observá-lo como conjunto de enunciados utilizados em uma dada formação discursiva. O discurso não é uma mera unidade retórica, mas sim um aglutinado de enunciados sob uma formação discursiva, em outras palavras, um conjunto de possibilidades de enunciação que são abarcados sob uma mesma formação discursiva. Nas palavras de Foucault (2008):

Chamaremos de discurso um conjunto de enunciados, na medida em que se apoiem na mesma formação discursiva; ele não forma uma unidade retórica ou formal, indefinidamente repetível e cujo aparecimento ou utilização poderíamos assinalar (e explicar, se for o caso) na história; é constituído de um número limitado de enunciados para os quais podemos definir um conjunto de condições de existência. (Foucault, 2008, p. 132-133)

Partindo destes pressupostos, compreende-se que um discurso nunca é novo, mas sim uma repercussão, um eco de outros discursos que o precederam.

Um discurso é a enunciação vista em um contexto social, é também a percepção de que os sentidos por ele produzidos são alicerçados por outros tantos discursos que o precederam.

Nesse ponto, o discurso nunca pode ser apartado de um contexto social, pois a significação que será realizada a partir dele só poderá ser compreendida dentro do seu contexto de produção. É necessário saber “quem disse?”, “como disse?” e “por que disse?” para compreender a amplitude do discurso (Alves; Pizzi, 2014; Cordeiro, [s. d.]; Foucault, 2008, 2019).

Face ao exposto, procura-se aqui delinear que o discurso não são apenas enunciados ou palavras, mas são produtos de uma relação linguística entre a palavra e algo mais, entre a palavra e o poder, entre a palavra e o social, ou seja, entre a linguagem e o contexto de produção. Nesse sentido, por não ser apenas palavras, o discurso também é social, é regulador de práticas, é constitutivo do eu e regulador da subjetividade. O discurso não apenas me ajuda a definir quem sou, mas o discurso onde me insiro regula quem posso ser, pois uma vez dentro de um discurso não posso ser nada além do que o discurso me permite. Acerca dessa temática Alves e Pizzi (2014) comentam:

Na perspectiva aqui colocada, a subjetividade está estreitamente relacionada às relações de poder. Para Foucault, o poder não atua apenas oprimindo ou dominando as subjetividades, mas, principalmente, participando do seu processo de construção. (Alves; Pizzi, 2014, p. 82)

Perante a isso, ao me inscrever em um discurso, não é o discurso que serve a mim, não sou eu quem uso o discurso para definir quem sou, mas é o discurso quem me usa para definir quem sou, é o discurso quem me define, e não ao contrário. Isso decorre de que ao me inscrever em uma formação discursiva, só posso dizer, ser e entender aquilo que é permitido dentro daquele discurso e esse dizer dentro do discurso é dizer a verdade, é dizer o que é aceito como verdade dentro da formação discursiva em que me insiro.

Retornando às elucidações realizadas no capítulo anterior, quando tratou-se dos sentidos das palavras, não é o objeto “pedra” ou a palavra “dura” que define uma pedra como dura, mas é o discurso que possibilitou o que se poderia dizer sobre esses elementos. Foi através da formação discursiva e por meio dos enunciados que definiu-se o que é uma “pedra” e o que é “dura”, são as tramas de enunciações que realizou-se acerca desses produtos de linguagem que os definiram

como tal. Não só os definiram mas também os limitaram, pois uma “pedra dura” não pode ser nada além do que os significados que foram construídos sobre esses significantes. Uma “pedra dura” não pode ser “mole” pois o discurso a limitou como “dura”, seja lá o que “dura” signifique.

Nessa ótica, assim como a “pedra dura” ou a subjetividade do indivíduo, o sentido de verdade é limitado pelo discurso em que o falante está inserido, uma verdade só pode ser verdade se aceita dentro da ordem do discurso em que foi dita, caso contrário será uma mentira, não uma mentira factual, mas uma mentira discursiva, uma mentira no sentido de que esse discurso não será aceito como verdade dentro da formação discursiva em que foi proferido. Acerca deste ponto Charaudeau (2022) comenta:

Do ponto de vista da linguagem, a verdade encontra-se, portanto, na encruzilhada do que o discurso diz sobre o mundo, em relação com as condições de produção e de interpretação dos atos de fala e do jogo de influência recíproca que se instaura entre os parceiros dos atos de fala. (Charaudeau, 2022, p. 21)

Amparado na análise do autor, entende-se que verdade e mentira são tramas de discursos que foram construídos dentro de formações discursivas. Ao enunciar um acontecimento como verdadeiro ou falso o indivíduo se situa dentro de um discurso que não só o permite afirmar algo sobre esse acontecimento, mas também o obriga a enunciar dados sentidos.

Dito isso, surge o seguinte questionamento: se é o sujeito que serve ao discurso, se é o discurso que outorga o que pode ou não ser dito, se é o discurso que rege o que é verdade, quem controla o discurso? A que tipo de força o discurso está submetido se não a força de seus usuários? Quem controla o que é aceito como verdade dentro das tramas do discurso?

A priori, o que justificaria a existência de dois sentidos diferentes para uma notícia são justamente os efeitos de verdade que foram construídos dentro de cada grupo social, dentro de cada Formação Discursiva (Foucault, 2008), é o discurso que se profere, é o efeito de verdade que se constrói dentro dos discursos de cada formação. Mas quais seriam as forças externas que controlam esses discursos? Quais tipos de instrumentos essas forças usam para moldar o discurso?

Nesse escopo, procurar-se-á desvendar no próximo capítulo o que regula, dentro de uma comunidade discursiva, o que pode ou não ser verdade. Tentar-se-á também dar uma breve introdução sobre como na contemporaneidade os algoritmos

podem contribuir para a consolidação de determinados discursos, como essas ferramentas digitais servem ao poder hegemônico para controlar o que pode ou não ser dito e compreendido, regulam o que é compreendido como verdade.

### **2.1.3 Nas tramas da ordem do discurso: O sentido de verdade em notícias**

Ao avaliar o processo de investigação da verdade, Foucault (2013) demonstra como os procedimentos de inquérito foram necessários para o surgimento e manutenção da sociedade moderna. Em um sistema social gerido por regras e punições, a exigência de um método de avaliação e comprovação de fatos é essencial, sobretudo, devido à diferença entre as narrativas de um acontecimento.

Foucault (2013) justifica que o inquérito vai além de um simples procedimento investigativo, é na verdade uma forma política e um meio de exercício de poder. Por meio da instituição judiciária, o inquérito se transformou em um mecanismo para autenticar a verdade e estabelecer o tipo de discurso que será considerado como tal, de modo que ao realizar isso, o inquérito também atesta qual tipo de discurso pode ser disseminado como verídico, e, por consequência, silencia outros.

Nessa mesma ótica, inserido no contexto científico, o método científico, conforme proposto na seção anterior, pode ser reconhecido como o processo de inquérito mencionado por Foucault (2013). Esse método, caracterizado por sua abordagem sistemática e rigorosa, busca investigar e validar afirmações por meio da observação, experimentação e análise crítica dos dados. Mas também destaca-se na análise de Foucault (2017) a seguinte questão:

O inquérito é precisamente uma forma política, uma forma de gestão, de exercício de poder que, por meio da instituição judiciária, veio a ser uma maneira, na cultura ocidental, de autenticar a verdade, de adquirir coisas que vão ser consideradas como verdadeiras e de as transmitir. (Foucault, 2013, p. 79)

Dito isso, entende-se que esse processo não está desvinculado das relações de poder presentes na sociedade, pelo contrário, ele é moldado e influenciado por elas. Portanto, o inquérito não é apenas uma busca pela verdade objetiva, mas também um instrumento de controle e legitimação do discurso, refletindo dinâmicas políticas e sociais mais amplas.

Conforme explicitado no capítulo anterior, ao estar situado dentro do discurso da ciência, por exemplo, o cientista aceita tacitamente determinados significados e sentidos, se identifica com o processo de legitimação da verificação da verdade posto pelo discurso científico, aceita o método científico como sua forma de inquérito. Ao consentir com isso, ao cientista só será permitido dizer aquilo que o método científico lhe outorgar.

A título de exemplo, nesta pesquisa só é possível dizer aquilo que for válido para os outros cientistas, e estes por sua vez esquadriarão esta fala a fim de identificar o devido respeito ao processo e rigor científico. Em outros termos, será o processo de identificação de outros cientistas com a minha enunciação que a fará adquirir um sentido de verdade.

Cabe ressaltar que isso não é uma crítica ao modelo científico, mas apenas uma demonstração de como até mesmo nas ciências as enunciações de um indivíduo precisam passar por um processo de inquérito, um processo de validação da verdade que o permitirá ingressar dentro da ordem do discurso. Partindo dessa perspectiva, e analisando os processos de relações de poder, um inquérito serve para controlar e podar discursos que podem circular em determinados espaços.

Partindo desse ponto, entende-se então que discurso não é simplesmente uma livre expressão de ideias dos indivíduos de uma sociedade, mas na verdade é regido por certos mecanismos e instituições dentro do meio social. Esses mecanismos podem incluir o governo, as instituições religiosas, os meios de comunicação e outras formas de poder. Acerca desta temática Foucault (2019) comenta:

Eis a hipótese que gostaria de apresentar esta noite, para fixar o lugar — ou talvez o teatro muito provisório — do trabalho que faço: suponho que em toda sociedade a produção do discurso é ao mesmo tempo controlada, selecionada, organizada e redistribuída por certo número de procedimentos que têm por função conjurar seus poderes e perigos, dominar seu acontecimento aleatório, esquivar sua pesada e temível materialidade. (Foucault, 2019, p. 6)

Enquadrando-se nesse ideário, o discurso, ou melhor o sentido de “verdade” em um discurso, é também resultado de uma série de relações de poder, é produto dos significados que foram permitidos circular dentro de uma formação discursiva. Portanto, o sentido de verdade é, para cada indivíduo, o resultado de ordens discursivas, é um produto dos discursos.

Face ao exposto, nota-se que ao longo dos milênios da história humana, sempre existiram diferenças de interpretação da realidade, sempre existiram disputas discursivas e movimentos sociais que acompanharam essas empreitadas. Charaudeau (2020), ao utilizar o termo “opinião pública” para debater tal perspectiva, delinea que:

A história é feita de encontros de indivíduos, de grupos, de populações. Esses encontros se acompanham de confrontos, de conflitos, cuja resolução ora é o deslocamento dos grupos humanos, ora a eliminação de um deles, ora a integração de um no outro ou a assimilação de um pelo outro, mas sempre através de relações de diferenciação, de dominação, de sujeição. E se uma das partes consegue impor sua visão de mundo à outra, terá havido, apesar disso, entrecruzamentos de etnias, de religiões, de pensamentos, de usos e costumes, fazendo com que todo grupo cultural seja mais ou menos heterogêneo, organizado segundo tendências de integração, de assimilação ou de segregação. (Charaudeau, 2020, p. 23)

Traçando uma análise acerca desta perspectiva apontada por Charaudeau (2020) percebe-se que os embates de poder sempre estiveram presentes no âmbito do domínio do discurso público. A título de exemplo, veja o movimento social causado pelo processo de desidentificação com o discurso da época medieval para a aceitação do discurso iluminista. Nesse momento da história humana, as ciências ganharam valor e campo de atuação, os discursos que anteriormente eram entendidos como reais e verdadeiros, passaram a ser compreendidos como mentira por parte da sociedade.

Ao longo desse processo ocorreram batalhas discursivas e sociais para a consolidação deste novo discurso. Esse tipo de embate é natural e benéfico para uma perspectiva democrática da sociedade. Porém nos últimos anos têm se observado um crescimento exponencial de polarizações e embates sociais devido às diferenças discursivas.

Traçando um paralelo desta noção com a perspectiva de verdade como um efeito de sentido produzido pelo discurso, percebe-se que o status e aceitação de uma notícia como algo real depende extremamente da aceitação deste status pelo leitor. Aceitar e entender uma informação como verdadeira está intimamente ligado com o processo de identificação de desidentificação discursiva. Essa prerrogativa justifica, por exemplo, a existência da pós-verdade<sup>8</sup> e a aceitação de fake news como verdadeiras.

---

<sup>8</sup> Tal termo será delineado na próxima seção.

Veja bem, o que se propõe aqui não é que tudo o que é dito é verdade e que todas as perspectivas de um ocorrido são verídicas. Este debate aponta para a noção de que a ideia de verdade está muito mais relacionada com a aceitação de um indivíduo do que na materialidade de um fato, a verdade neste ponto é uma verdade interpretativa e não uma verdade factual, conforme delimitado nas seções anteriores.

Trabalharemos assim associando “verdade” como sentido de verdade, como a compreensão e aceitação de um fato como real, ainda que esta interpretação não seja materialmente consagrada. Nessa instância, aponta-se para o debate acerca das notícias como a aceitação deste status de verdade. O que se observou durante a última década é que o discurso jornalístico tem perdido o sentido de verdade perante a sociedade, sobretudo devido à recente propagação em massa das fake news.

Tal perspectiva levou, por exemplo, o governo brasileiro a elaborar projetos de lei como o PL Nº 2630, cujo objetivo é mitigar os impactos que as informações falsas têm na sociedade, todavia o grande imbróglio que projetos como esse enfrentam é delimitar o que será compreendido como informação verdadeira e informação falsa, haja vista que, conforme delineado até o presente momento deste trabalho, não há uma fronteira explícita destes acontecimentos discursivos.

Será acerca desta temática que pretendo dissertar na próxima seção. Em uma fala inicial apresentarei os conceitos de Pós-verdade e fake news, para posteriormente debater acerca de como estes dois conceitos estão intrinsecamente relacionados com o surgimento da internet e o uso das redes sociais.

O intuito das próximas seções será o de demonstrar como esse processo de identificação de um discurso, ou de aceitação de um sentido de verdade, é influenciado na contemporaneidade pela internet. Visa-se ilustrar como essa imensa rede de armazenamento e transmissão do conhecimento humano pode, se usada de maneira equivocada, prejudicar a condução democrática da sociedade.

## **2.2 Pós-verdade: das notícias às *fake news***

Para iniciar essa seção teceremos algumas considerações acerca do que é uma notícia e como funciona o seu processo de produção. Faz-se isso para apresentar dois debates centrais desta etapa do texto. O primeiro deles diz respeito

ao surgimento das fake news e do fenômeno da pós-verdade, como este fenômeno se relaciona a aceitação de um discurso como verdade e como a pós-verdade está diretamente relacionada aos algoritmos e o processo de formação de bolhas. Já o segundo compreende uma discussão acerca das possíveis consequências desses movimentos.

Dentre a profusão de conceitos acerca do que é uma notícia, algumas ideias surgem de forma comum entre as definições, sobretudo a noção de que para se compreender o que é uma notícia deve-se antes analisar quais são os critérios de seleção dos fatos que serão noticiados.

Esse debate surge da perspectiva de que noticiar algo é apresentar um fato ou informação nova para a sociedade, e que, portanto, a notícia seria o produto final desta ação<sup>9</sup>. Todavia este conceito é um tanto reducionista dentro dos estudos jornalísticos, haja vista que existem diversos outros fatores que influenciam a seleção do acontecimento que será noticiado.

Imaginemos o seguinte cenário, em um dia comum em qualquer cidade do país ocorrem assaltos, acidentes, visitas de turistas e pessoas que infartam. Como selecionar dentre todos esses acontecimentos quais serão noticiados? Por que o infarto do Sr. João não é tão relevante quanto a visita da Lady Gaga à cidade de Aquidauana? Por que um acontecimento é noticiado e o outro não?

Para compreender de que modo essa seleção é realizada recorre-se aqui à teoria jornalística com os textos de Vieira et.al. (2020), Silva (2010, 2022) e Epstein (2007) acerca do conceito de noticiabilidade.

Noticiabilidade diz respeito à definição dos critérios de seleção dos acontecimentos que serão transformados em notícia. Dentre os possíveis critérios de seleção, identificam-se algumas temáticas recorrentes, como a noção de interesse, a ideia de novidade, a perspectiva de ser algo importante para a atualidade e a visão de ser o resultado da indústria jornalística. Acerca disso Silva (2022) aponta a:

---

<sup>9</sup> Essa perspectiva foi construída a partir das leituras de Silva (2010, 2022)

[...] noticiabilidade como um constructo de ordem eminentemente cognitiva – ou seja, por essa ótica, a noticiabilidade irá sempre dizer respeito a julgamentos individuais – de jornalistas ou não – projetados sobre os acontecimentos do mundo fenomênico. Em outras palavras, eventos e informações não possuem noticiabilidade em si, mas são julgados a partir de valores de interesse.(Silva, 2022, p. 282)

Noticiabilidade diz respeito, portanto, aos critérios de seleção dos acontecimentos que serão noticiados. Cabe ressaltar que apesar de não existir uma norma que oriente quais serão os critérios a serem observados pelos jornais, a partir de Silva (2010, 2022), percebeu-se que existem alguns critérios de noticiabilidade que são comuns entre os veículos de comunicação jornalística, conforme citado anteriormente, a noção de interesse, a ideia de novidade, a perspectiva de ser relevante para a sociedade e noção de ser um produto do ramo jornalístico.

A noção de interesse, parte do pressuposto de que a notícia deve ser um fato ou informação que o público deseja saber, um tópico pelo qual a sociedade tem ânsia em debater. Já a ideia de novidade gira em torno da visão de que uma notícia deriva-se de uma informação ou fato novo a ser exposto para a sociedade, um dado atual. Essas duas ideias, quando congregadas, formam a perspectiva de que a notícia precisa ter relevância para o meio social vigente, a notícia precisa ser interessante para o público, ela necessita ser um dado ou informação recém-descoberto, ou percebido, que impactará de alguma forma a vida de quem a ler <sup>10</sup>.

Dito isso, entende-se nesta pesquisa que uma notícia é um produto do ramo jornalístico que tem por objetivo comunicar um novo acontecimento à massa social. Uma notícia é a enunciação de um acontecimento que foi selecionado a partir dos critérios de noticiabilidade. Nas palavras de Silva (2022):

[...] a notícia consiste em um artefato industrial complexo formatado e hierarquizado por filtros, tensionamentos e disputas simbólicas decorrentes de fatores como as rotinas profissionais da prática jornalística, as características organizacionais das empresas de comunicação e as influências das diferentes instituições sociais envolvidas no processo, além de variáveis macrossociais como valores culturais e ideologia. (Silva, 2022, p. 282)

Portanto, noticiar algo é apresentar para a sociedade um fato, é inserir um novo discurso dentro da ordem do discurso social vigente. É preciso reconhecer que a indústria jornalística tem poder de influência na seleção dos tipos de discursos que

---

<sup>10</sup> Vide Epstein(2007), Silva (2010, 2022), Spinelli e Santos (2018) e Vieira, Aquino e Lins (2020).

podem ser enunciados no meio social. Cabe ressaltar também que não é somente à lógica dos jornais que os critérios de noticiabilidade obedecem, haja vista que precisa-se observar o interesse do público acerca do que pode ser noticiado, necessita-se analisar o contexto sócio cultural de quem lerá a notícia <sup>11</sup>.

Sendo assim, além de ser uma informação ou dado que é apresentado para o público, como ato de enunciação, uma notícia também é um produto de relações de poder e de relações sociais hierarquizadas conforme demonstrado na seção anterior a partir das leituras de Charaudeau (2022) e Foucault (2013, 2017, 2019).

Isso implica dizer também que o sentido de uma notícia é produzido a partir de processos de identificação e desidentificação discursivas, ela diz e permite dizer “verdades”. Este que é um conceito caro para a indústria jornalística, uma vez que a aceitação de uma notícia está intrinsecamente relacionada com a aceitação do seu sentido de verdade.

Partindo destes pressupostos, a noção de notícia levanta diversos questionamentos pertinentes, especialmente em um contexto onde a neutralidade da imprensa é desafiada e a liberdade de expressão se confronta com a responsabilidade social.

Em uma sociedade democrática, a divergência de ideias é fundamental, e a liberdade de imprensa é um pilar constitucional. Contudo, essa liberdade encontra limites na necessidade de divulgação de informações verídicas. Quando os órgãos de imprensa perdem credibilidade aos olhos da sociedade, a própria essência da neutralidade da notícia é posta em xeque. Foi exatamente neste ambiente que o fenômeno das fake news ganhou espaço.

Dessa maneira, surgem questões como: Por que os indivíduos de uma sociedade deixam de lado os processos de verificação de informações, para acreditar em qualquer discurso que corrobore com suas opiniões próprias? Quais são as consequências de uma sociedade que passa a aceitar qualquer texto favorável à sua opinião como verdade? Por que os jornais tradicionais têm perdido tanto espaço para as *fake news*?

A descredibilização dos órgãos de imprensa e o crescimento exponencial das fake news acarreta uma crise de confiança que mina a base da informação pública. As instituições de notícias tradicionais perdem cada vez mais espaço em um

---

<sup>11</sup> Vide Epstein(2007), Silva (2010, 2022), Spinelli e Santos (2018) e Vieira, Aquino e Lins (2020).

ambiente hiperconectado como as redes sociais. Somando esta perspectiva com o fato de existirem empresas focadas na produção e disseminação de fake news, conforme demonstrado por Fornasier e Beck (2020) e Rais, Fernandes e Cidrão (2019) , percebe-se que a responsabilização dos veículos de comunicação torna-se desafiadora, e as consequências são profundas.

Em mesmo escopo, a transformação do ambiente midiático, com a ascensão das plataformas digitais, intensifica esses desafios. A proliferação de notícias falsas e a capacidade de indivíduos mal-intencionados em propagá-las questionam os fundamentos da informação confiável. O fenômeno das "fake news" não apenas distorce a percepção da realidade, mas também desestabiliza os alicerces da sociedade democrática.

Nesse contexto, percebe-se que o debate acerca das fake news ganhou espaço nos últimos anos, sobretudo devido ao seu poder de influência no curso de eleições, como por exemplo o caso das eleições de 2016 nos Estados Unidos onde o candidato Donald Trump foi eleito sob fortes acusações de disseminar fake news (Fornasier; Beck, 2020; Rais; Fernandes Neto; Cidrão, 2019).

Em seu artigo, "Cambridge Analytica: Escândalo, legado e possíveis futuros para a democracia", Beck e Fornasier (2020) analisam o caso da empresa estadunidense Cambridge Analytica que foi acusada de disseminar fake news durante o pleito eleitoral de 2016 com o objetivo de desestabilizar a campanha de Hillary Clinton e beneficiar a campanha de Donald Trump. Na ocasião, segundo os autores, a empresa coletava dados dos usuários do Facebook com o objetivo de identificar seu perfil político. Esses dados seriam utilizados para disseminar informações falsas, personalizadas para cada perfil político, com o intuito de convencer o usuário a não votar na candidata, para os autores:

a Cambridge Analytica, com sua práxis, deixou o mundo sem antes desestabilizar os processos democráticos em algumas das maiores potências mundiais; milhões de cidadãos tiveram a sua intimidade e privacidade coletada via mídia social a troco de elegerem o candidato que mais bem pagou a empresa. Basta recordar que, antes de Donald Trump contratar a CA, a empresa prestava consultoria nos EUA para Ted Cruz, seu adversário dentro do Partido Republicano. A operação continuada de fake news, somada à práticas de microtargetting e coleta de dados via data mining & scraping, demonstrou a terrível essência do setor privado em querer minerar e gerar lucro de processos democráticos. (Fornasier; Beck, 2020, p. 193)

Nesse espectro, reconhece-se aqui que além de um fenômeno social, as fake news podem ser utilizadas como produto de mercado, cujo objetivo é moldar a opinião pública. Em análise, o que difere as fake news do conceito de notícia apresentado anteriormente, é a sua intenção de falsear e enganar. Uma fake news é uma notícia construída com informações falsas. De acordo com Braga (2018):

A divulgação de notícias falsas ou mentirosas é fenômeno conhecido internacionalmente como “fake news” e pode ser conceituado como a disseminação, por qualquer meio de comunicação, de notícias sabidamente falsas com o intuito de atrair a atenção para desinformar ou obter vantagem política ou econômica. (Braga, 2018, p. 205)

Partindo deste entendimento de fake news como a produção e divulgação de informações falsas, passa-se a questionar, por exemplo, a quais interesses esse tipo de elaboração atende. Charaudeau (2022) delinea que não é tão simples apresentar uma explicação das razões de produção de notícias falsas, haja vista que estas são diversas e multifacetadas. Para o autor, a natureza das fake news pode ser compreendida a partir de três pontos: caso o autor saiba deliberadamente que está produzindo uma informação completamente falsa; caso o autor utilize informações verdadeiras em situações descontextualizadas<sup>12</sup>; caso o autor não esteja consciente que está produzindo uma desinformação.

---

<sup>12</sup> O que autores como Moraes e Cruz (2020) delinham como desinformação. Cabe ressaltar que para esses autores desinformação e fake news não são a mesma coisa. Fake News são textos com características jornalísticas construídos totalmente com informações falsas, já textos desinformativos são textos com características jornalísticas com informações verdadeiras que foram retiradas de contexto.

Não é muito fácil determinar de modo preciso os motivos que movem essas fontes de notícias falsas. Seria preciso haver investigações psicológicas e sociológicas. Só podemos identificar, a título de hipótese, alguns comportamentos baseados na natureza das contraverdades, pois quem dará os motivos para alguém ter praticado ou estar praticando esse tipo de trabalho? Poderíamos dizer que tudo se baseia na máxima qualidade enunciada por Greice: "Seja sincero, forneça informações verdadeiras, conforme o que você sabe". Embora não fosse essa a intenção, é isso o que justifica as famosas *verdades alternativas* como oposição a qualquer verdade factual ou científica, pois basta que o sujeito considere verídico o que ele sabe ou pensa que sabe para torná-lo conhecido pelos outros. Desse ponto de vista, a questão é se o autor das contraverdades está consciente do que diz (*mentira*), parcialmente consciente (*má-fé*) ou não consciente (*denegação*). (Charaudeau, 2022, p. 144)

Partindo dessa análise proposta por Charaudeau (2022), entende-se aqui as fake news como a produção consciente de informações falsas ou o processo de descontextualizar dados verdadeiros.

As fake news, nesse sentido, driblam as instituições de controle do discurso jornalístico e inserem informações corrompidas na ordem discursiva com o intuito de confundir a massa social e construir uma verdade paralela. Isso se justifica pois, conforme explicitado na seção anterior, a verdade não é uma verdade factual, mas sim um efeito de verdade que é aceito pelos indivíduos, logo, ao aceitar uma fake news como notícia, revela a perspectiva de que as fake news dialogam diretamente com o emocional dos indivíduos a fim de convencê-los sobre um efeito de verdade; elas não estão preocupadas em informar algo, mas sim em convencer sobre algo. As fake news, em nossa análise, são arquitetadas para atrair os sujeitos a uma comunidade discursiva, elas são elaboradas para produzir um efeito de verdade que corrobore com o entendimento da realidade da comunidade discursiva em questão.

Tal qual delimitado por Becker e Goes (2020), aceitar a informação de uma notícia como verdadeira é um processo dual, no qual o enunciador (jornalista/jornal) precisa estabelecer uma relação de confiança com o receptor da mensagem (leitor). O leitor precisa crer na neutralidade, veracidade e objetividade da informação que lhe é apresentada. É por meio dessa relação que a verdade de uma notícia é estabelecida.

A credibilidade jornalística é constituída tanto por quem a enuncia quanto pelo leitor, ou seja, é formada em uma relação entre um determinado veículo e seu público, baseada na confiança de que o jornalismo é um sistema com competência especializada para produzir notícias e traduzir acontecimentos relevantes para a vida social. (Becker; Goes, 2020, p. 38)

Partindo dessa ótica, de acordo com Spinelli e Santos (2018), a ascensão do fenômeno das fake news também pode ser justificada por fatores como a imensa quantidade de informações disponíveis na internet, o que pode, por exemplo, desestimular o indivíduo a pesquisar com profundidade uma informação e apenas aceitar aquela que melhor combine com suas noções de verdade.

Isso ocorre devido a um fator denominado viés de confirmação, um fenômeno psicológico no qual as pessoas tendem a buscar, interpretar e lembrar de informações que confirmem suas crenças ou hipóteses preexistentes. Esse viés pode levar a uma interpretação distorcida da realidade, pois as pessoas podem inadvertidamente selecionar e valorizar seletivamente informações que confirmem suas opiniões, ignorando ou menosprezando dados que as contradigam. A esse respeito, Braga (2018) questiona:

[...] qual seria, então, o motivo para que os indivíduos pensem dessa forma? A psicologia apresenta como explicação o fenômeno do viés de confirmação (ou confirmation bias, usando o termo em inglês, mais recorrente em diversas publicações). O viés de confirmação seria a propensão de buscar (ou dar maior atenção) e interpretar as informações que ratifiquem as concepções individuais do intérprete. Essa seria a forma pela qual toda a raça humana, predominantemente, raciocina. (Braga, 2018, p. 211)

Nesse escopo, entende-se que as fake news funcionam pois os indivíduos estão inseridos em uma profusão de informações e já não querem mais checar fatos e dados, pois isto demanda tempo e energia. Dessa forma, através do viés de confirmação, passam apenas a aceitar as informações que condizem com sua perspectiva de mundo, preferem aceitar o dado, mesmo que falso, que justifique a sua verdade do que encarar e debater uma perspectiva contrária.

Esse tipo de comportamento, quando aliado à modulação algorítmica, contribui fortemente para a disseminação e consolidação das notícias falsas, sobretudo devido ao efeito de formação de bolhas. É a partir deste contexto que surge o fenômeno da pós-verdade.

Pós-verdade é o nome dado ao momento social que estamos vivendo. Compreendida como um cenário no qual os indivíduos abandonam a busca

heurística da verdade e passam a aceitar dados e informações que corroborem com suas perspectivas de mundo, sobretudo movidos por fatores emocionais. Nas palavras de Spinelli e Santos (2018) a pós-verdade é:

Descrita como “circunstâncias em que fatos objetivos são menos influentes na formação da opinião pública do que emoções e crenças pessoais” (ENGLISH OXFORD, 2016), o termo se encaixa em um mundo em que mentiras, rumores e fofocas se espalham rapidamente, formando um cenário propício para a formação de redes cujos integrantes confiam mais uns nos outros do que em qualquer órgão tradicional da imprensa. (Spinelli; Santos, 2018, p. 762)

Não coincidentemente, a pós-verdade é caracterizada pela propagação em massa das fake news e polarização política. Conforme explicitado anteriormente, as fake news ganharam espaço devido aos sujeitos serem movidos por vieses de confirmação, já não importa mais saber se determinada "notícia" é verdadeira ou falsa, o que importa é se ela corrobora ou não com a minha perspectiva de mundo. Partindo disso, “essa é a característica que define o mundo da pós-verdade. A questão não é determinar a verdade por meio de um processo de avaliação racional e conclusiva. Você escolhe sua própria realidade, como se escolhesse comida em um bufê” (D’Ancona, 2018, p. 57).

A outra característica, a polarização política, converge diretamente com esta perspectiva emocionada da verdade, mas não é fomentada somente por ela. Nas últimas décadas surgiu um outro agente que fomentou esta polarização, os algoritmos. Programados para oferecerem aos sujeitos informações mais adequadas aos seus perfis, os algoritmos, em primeira leitura, podem aparentar produzir algo positivo, como facilitar a nossa busca por informações na infinidade de dados disponíveis na internet, todavia esta característica dos algoritmos acaba limitando as informações que temos acesso.

Os algoritmos acabam por construir uma espécie de caverna digital, tal qual a de Platão (2014), onde as informações apresentadas são informações que combinem com nosso perfil. Essa característica restringe o acesso à diferentes perspectivas e argumentos e nos tendenciamos a acreditar que a verdade é aquilo que acreditamos ser. É a combinação destes dois elementos que dá origem ao período da pós-verdade.

O fenômeno das fake news e da era da pós-verdade estão intimamente ligados ao surgimento da internet, dos algoritmos e das redes sociais pois “as

notícias falsas não são resultado do mau jornalismo, mas sim dos negócios que sustentam a economia digital, em que algoritmos priorizam cliques ao invés de conteúdos” (Spinelli; Santos, 2018, p. 777).

Ao privilegiar as interações digitais em detrimento da qualidade das informações prestadas, os algoritmos acabam dando mais destaque às notícias falsas, haja vista que estas têm muito mais potencial de se espalharem do que uma notícia verdadeira, sobretudo devido ao viés de confirmação e aos fatores emocionais, caracterizadores da pós-verdade. Para Charaudeau (2022):

Quando uma verdade se opõe a outra, o sujeito é colocado em uma situação de dupla coação: essa "justaposição paralisante" o imobiliza. Ocorre um conflito cognitivo que obriga o sujeito a fazer um esforço de interpretação e traz à tona sua subjetividade sem considerar qualquer tentativa de racionalização. (Charaudeau, 2022, p. 149)

Neste cenário, os algoritmos ao invés de disseminarem diferentes discursos, eles apenas propagam discursos alinhados à perspectiva do usuário e edificam bolhas de informação, ou melhor, comunidades discursivas, nas quais ecoam-se apenas os discursos que corroboram com suas perspectivas. Dessa maneira os algoritmos dificultam os processos de desidentificação.

Conforme explicitado anteriormente, os órgãos sérios de informação possuem um papel importante em uma sociedade democrática, pois permitem circular diferentes discursos. Obviamente esses discursos possuem uma ressalva, necessitam estar amparados na realidade, precisam ter fatores empíricos que comprovem a enunciação feita.

Por permitir circular diferentes discursos e diferentes perspectivas de um acontecimento que os órgãos de imprensa precisam ser livres em uma sociedade democrática, pois é a partir deles que o debate social é habilitado.

Todavia, na pós-verdade, a liberdade de imprensa e do livre pensamento encontram dificuldades devido à modulação algorítmica. A indústria das fake news não está preocupada em informar e produzir um debate a partir de dados empíricos, mas sim em produzir um efeito de verdade que convença as pessoas a acreditar em um discurso, na maioria das vezes, político.

Nesse sentido, ao privilegiar a propagação de notícias falsas na internet, os algoritmos edificam debates extremamente polarizados e que na maioria das vezes não possuem uma pauta factível, os indivíduos usam informações e notícias que não possuem embasamento empírico. Em muitos casos, os debates produzidos na

pós-verdade são debates de ideias e opiniões sem embasamento científico e factual, são debates movidos por emoções, por diferentes sentidos de verdade.

Conforme explicitado na primeira seção deste capítulo, a verdade não é um construto baseado somente na empiricidade, no factual e no palpável. A verdade é um sentido produzido, é resultado dos processos de comunicação e práticas de linguagem, e como a "[...] comunicação molda a cultura e a forma como se percebe a realidade. A mudança na comunicação representa uma mudança na linguagem e é por meio da linguagem que percebemos a realidade" (Braga, 2018, p. 206).

Sendo assim, o debate e aceitação de um sentido de verdade em uma notícia ou fake news está intrinsecamente relacionado com o debate linguístico, pois é a partir da comunicação e da linguagem que criamos sentidos sobre o mundo.

Nesse mesmo espectro, limitar os debates sobre os diferentes sentidos de verdade pode ser algo danoso para a sociedade democrática. Pois ao condicionar um indivíduo em apenas uma perspectiva da realidade, este tenderá a crer que apenas o seu sentido de verdade é real, e qualquer um que discorde está errado.

Observa-se nesta ótica, que os algoritmos e as redes sociais têm encaminhado a sociedade justamente para esta direção, onde as bolhas de informação não permitem a entrada de discursos diversos, onde as fake news são ótimos instrumentos de manipulação social. Este cenário ameaça diretamente as bases da democracia.

É necessário que se discuta, academicamente, os caminhos que estamos trilhando com as fake news e os algoritmos. Projetos de lei como o PL N° 2630 (BRASIL, 2020b, 2020a) podem apresentar alternativas jurídicas de como lidar com a situação das fake news e a propagação de informações por meio dos algoritmos, todavia é igualmente necessário dedicar atenção à forma como tais projetos se propõe a combater as fake news, haja vista que estas mesmas propostas têm o potencial de piorarem a situação, uma vez que ao invés de combaterem a desinformação podem ser utilizadas como ferramentas de censura. Sendo assim, é sobre esta perspectiva que este trabalho se debruça.

Com o intuito de apresentar definições mais claras do que é um algoritmo, como ele opera e por que produz bolhas de informações, a próxima seção encarregar-se-á de realizar esta análise, para que posteriormente se possa realizar uma análise das propostas do PL N° 2630 de 2020 (BRASIL, 2020b, 2020a), com

relação à sua conceituação de fake news e as propostas de mitigar sua divulgação através dos algoritmos.

## **2.3 Internet, algoritmos e agrupamento de bolhas**

É inegável o impacto que a ascensão da internet trouxe à forma como a humanidade se comunica. O que outrora era um processo moroso de compartilhamento de informações transformou-se em algo instantâneo. Em frações de segundos, somos capazes de trocar dados com qualquer pessoa ao redor do mundo, desde que ambas estejam conectadas à rede.

Essa revolução trouxe consigo uma miríade de benefícios. Uma rede de comunicação sem fim, na qual um cientista pode publicar suas descobertas para que sejam acessadas por pesquisadores de todo o mundo. Um meio de comunicação que possibilita a médicos de diferentes nacionalidades discutirem e compartilharem informações sobre os casos de seus pacientes em tempo real. Um universo em que todo, ou quase todo, o conhecimento da humanidade está ao alcance de um clique.

Em seus primórdios, a internet tinha um propósito específico: compartilhar informações entre bases militares. No entanto, em pouco tempo, seu uso se popularizou e passou a ser adotado por empresas e instituições de ensino. Todas essas "mini-redes" começaram a se interconectar, dando origem ao que hoje conhecemos como internet.

A internet, conforme a entendemos hoje, é essencialmente um sistema de conexão de computadores, uma rede onde máquinas distintas podem acessar e compartilhar informações entre si.

A primeira fase da internet, denominada WEB 1.0 (1991-2004), foi um ambiente de compartilhamento de dados no qual os usuários apenas consumiam informações disponibilizadas por outras máquinas na rede. Um traço distintivo desse período foi a estática dos sites, que não permitiam interações dos usuários com o conteúdo publicado, como os fóruns que conhecemos atualmente. (Rodrigues, 2022)

A segunda fase da internet, conhecida como WEB 2.0 (2004 - até os dias atuais), está intrinsecamente ligada ao contexto atual da internet, representando um ambiente de intercâmbio de informações onde os usuários não se limitam apenas a

consumir conteúdo, mas também têm a capacidade de comentar, reagir e avaliar as informações disponíveis online. A respeito da WEB 2.0, Bressan (2007) argumenta que:

"[...] a WEB 2.0 se refere à segunda geração de serviços, aplicativos da rede e recursos, tecnologias e conceitos que possibilitam um nível mais elevado de interatividade e colaboração na utilização da Internet."  
(Bressan, 2007, p. 2)

O conceito central por trás da WEB 2.0 é a ideia de uma plataforma colaborativa, onde todos os dados e informações disponíveis online podem ser acessados e compartilhados pelos usuários e empresas. É um ambiente onde os próprios usuários contribuem para o crescimento das aplicações, seja por meio de comentários, participação em fóruns ou ações como "likes".

À primeira vista, essa concepção parece altamente vantajosa, pois cria um espaço ideal para compartilhar nosso conhecimento coletivo. No entanto, surgem questões cruciais que merecem reflexão. Por exemplo, como os algoritmos selecionam as informações a que os usuários têm acesso? Quão confiáveis são todas as informações disponíveis online? Até que ponto a privacidade é mantida na web? E, não menos importante, a velocidade com que a desinformação se espalha online. Essas são algumas das questões que serão exploradas nos capítulos subsequentes.

### **2.3.1. Como funcionam os algoritmos de recomendação?**

Na sociedade contemporânea, onde anualmente são gerados terabytes de informações (Das; Sahoo; Datta, 2017) , torna-se um desafio monumental para um usuário comum navegar pelo vasto acervo disponível na internet a fim de encontrar a informação desejada sem o auxílio de um buscador.

Para ilustrar essa situação, imagine o seguinte cenário: você está visitando a Biblioteca Nacional pela primeira vez e deseja ler o livro "O Cortiço" de Aluísio de Azevedo. A quem você recorreria para obter ajuda na busca por essa obra? A resposta é simples: ao bibliotecário. Sem a ajuda do bibliotecário, encontrar o livro desejado seria uma tarefa extremamente árdua, quase impossível.

Agora, mudemos o cenário. Você está diante de um computador e deseja encontrar um PDF da obra de Aluísio de Azevedo. Onde você faria sua pesquisa? Quem assumiria o papel de bibliotecário no vasto acervo de informações do mundo

digital? Se você for um usuário comum, muito provavelmente recorrerá aos mecanismos de busca oferecidos por empresas como o Google (google.com) ou a Microsoft (bing.com).

Esses motores de busca preenchem a função do bibliotecário digital. No entanto, considerando que não existe apenas uma única cópia em PDF de "O Cortiço", surge a pergunta: como esses motores de busca, ou seja, esses "bibliotecários digitais", selecionarão quais PDFs apresentar a você? Como e porque esses "bibliotecários digitais" sugerem e ordenam certos arquivos em detrimento de outros?

Empresas como a Google utilizam algoritmos que realizam cálculos baseados no seu perfil de consumo para sugerir e prever qual informação você deseja acessar. Em outras palavras, esses algoritmos são os bibliotecários do vasto acervo digital, são eles que selecionam, indicam e organizam as informações que você terá acesso.

Conforme destacado por Das, Sahoo e Datta (2017), o processo de seleção de informações implementado pela Google e por outras plataformas é, essencialmente, um mecanismo de filtragem. Em outras palavras, os algoritmos dessas empresas identificam, com base em seu histórico de navegação, as informações ou produtos que você é mais propenso a consumir. Com base nessa previsão, eles filtram dentre a vastidão de informações disponíveis uma lista de recomendações personalizadas para você. A partir dessa lista, você escolhe o produto que melhor atende às suas preferências e, conseqüentemente, o consome.

This support from our surroundings gives us an easy way to find out the best alternative without having much effort to filtering through the different choices available in the market. In this era of technology, the Recommendation system is an application that filtered personalized information and gives the way to understand a user's taste and to suggest appropriate things to them by considering the patterns among their likes and ratings of various things.<sup>13</sup> (Das; Sahoo; Datta, 2017, p. 6)

A justificativa de existência desse tipo de algoritmo decorre da imensidão de informações disponíveis online, onde fez-se necessário um sistema que filtrasse todas essas informações de acordo com o perfil do usuário a fim de facilitar o

---

<sup>13</sup> Esse apoio do ambiente que nos cerca nos dá uma maneira fácil de encontrar a melhor alternativa sem muito esforço para filtrar as diferentes opções disponíveis no mercado. Nesta era da tecnologia, o sistema de recomendação é um aplicativo que filtra informações personalizadas e oferece uma maneira de entender o gosto do usuário e sugerir coisas adequadas a ele, considerando os padrões entre seus gostos e classificações de várias coisas. (Tradução própria)

processo de escolha deste, pois o indivíduo sempre terá a sua disponibilidade apenas uma gama de produtos que se adequem ao seu perfil.

Todo este trabalho de filtragem é realizado por meio de um sistema de recomendação (Marinho *et al.*, 2019). De acordo com Marinho *et al.* (2019) os sistemas de recomendação são estruturados por uma série de algoritmos que classificam e selecionam dados e informações que serão oferecidas aos usuários, sua função é direcionar conteúdos (músicas, textos, livros, vídeos) que terão maior aptidão de serem consumidos. Nas palavras de Ferreira (2020):

Uma das ferramentas utilizadas para amenizar esse tipo de problema são os sistemas de recomendação, os quais facilitam o encontro de dados durante os processos de busca e navegação, oferecendo aos usuários indicações daqueles produtos e serviços que poderiam estar associados ou relacionados às suas necessidades. (Ferreira, 2020, p. 20)

Para Marinho *et al.* (2019) e Ferreira (2020) os algoritmos de recomendação atuais podem ser divididos em três grandes eixos de filtragem: os algoritmos de filtragem baseada em conteúdo, os algoritmos de filtragem colaborativa e os algoritmos de filtragem híbrida. Cada um desses algoritmos possui suas vantagens e desvantagens, porém um mesmo objetivo: recomendar ao usuário um produto/conteúdo que possui mais probabilidade de ser consumido.

O algoritmo de filtragem baseada em conteúdo parte do princípio de que um usuário tende a consumir produtos semelhantes ao que já consumiu no passado. Para isso, inicialmente o algoritmo seleciona um item que foi bem avaliado pelo usuário, a partir de um like por exemplo, depois ele calcula a similaridade entre o produto original e outros produtos e então produz um coeficiente numérico, caso os produtos possuam coeficientes numéricos próximos, ou seja, sejam similares, o algoritmo irá sugerir o produto para o usuário. Nas palavras de Marinho *et al.*:

A filtragem baseada em conteúdo consiste em realizar análises comparativas envolvendo o conteúdo de itens distintos, como por exemplo, palavras similares, temas similares, gêneros similares e afins. A análise de diversos componentes do conteúdo de um item torna possível identificar a similaridade entre dois ou mais itens através de um coeficiente numérico. A recomendação baseada na filtragem por conteúdo utiliza informações anteriores do usuário em relação a um item para recomendar itens similares. São recomendados, por exemplo, itens que mais se aproximam aos outros itens avaliados de forma positiva por determinado usuário." (Marinho *et al.*, 2019, p. 16)

Para ilustrar esse processo, considere o seguinte cenário: enquanto você navega em uma rede social, decide expressar seu apreço por uma imagem de um

gato, clicando no botão "like" (Figura 1 - Fase 1). A partir desse gesto, o algoritmo interpreta seu interesse por esse tipo de imagem e recorre ao seu banco de dados em busca de imagens semelhantes ao seu gosto. Para fazer isso, o algoritmo realiza comparações entre as imagens (Figura 1 - Fase 2) e, subsequentemente, apresenta ao usuário aquelas imagens que demonstram maior coeficiente de similaridade com a imagem original (Figura 1 - Fase 3).

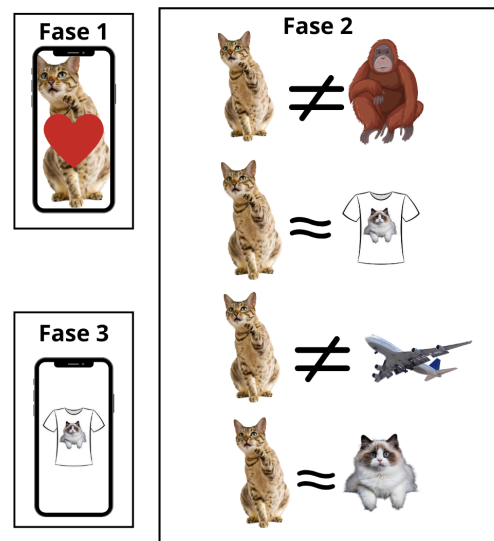


Figura 1 - Fonte: Acervo Pessoal

De acordo com Marinho et al. (2019), Ferreira (2020) e Das, Sahoo e Datta (2017) esse tipo de algoritmo de recomendação possui algumas limitações, como exemplo o *cold start*<sup>14</sup> e a *super especialização*<sup>15</sup>, para os mesmos autores, a super especialização é superada pelos de filtragem colaborativa.

A filtragem colaborativa parte do princípio de que usuários similares possuem gostos similares (Das; Sahoo; Datta, 2017; Ferreira, 2020; Marinho et al., 2019). Dentro desse contexto, primeiramente, o algoritmo de filtragem colaborativa compara os perfis de diferentes usuários para identificar suas similaridades. Uma vez estabelecido que esses usuários compartilham gostos semelhantes, o algoritmo compara os itens que receberam boas avaliações de cada um deles e realiza a

<sup>14</sup> É um problema enfrentado pelos sistemas de recomendação quando eles não têm dados suficientes sobre novos usuários ou novos itens. Por exemplo, quando um novo usuário se cadastra em um serviço de streaming, o sistema não sabe o que recomendar, pois ainda não conhece suas preferências.

<sup>15</sup> É uma situação em que os algoritmos de recomendação se tornam excessivamente focados em sugerir itens muito específicos com base no histórico do usuário. Isso pode levar a recomendações muito limitadas e impedir que o usuário descubra novos interesses ou conteúdos variados.

interseção dessas informações, resultando na sugestão de novos itens aos usuários. Nas palavras de Marinho et al. :

Dado o item  $i$  e usuário  $u$ , a abordagem de filtragem colaborativa tem como princípio o fato de que, se um usuário  $u$  avalia itens semelhantes a outro usuário  $u'$ , há uma grande chance de a próxima avaliação de um usuário  $u$  para um novo item seja semelhante ao do usuário  $u'$ . Portanto, se outros usuários avaliaram dois itens de maneira semelhante, existe uma tendência do usuário  $u$  avaliá-los da mesma maneira. (Marinho *et al.*, 2019, p. 17)

Para elucidar esse processo, imagine o seguinte cenário: temos dois usuários com preferências semelhantes, o Usuário A e o Usuário B. Ambos expressam interesse em uma imagem de um gato (Figura 2 - Fase 1). Em seguida, o algoritmo apresenta ao Usuário A uma imagem de um pinguim, e ele também expressa seu apreço por essa imagem. De maneira semelhante, o Usuário B demonstra interesse por uma imagem de uma onça pintada (Figura 2 - Fase 2).

A partir dessas interações, o algoritmo conclui que, devido às preferências semelhantes desses usuários, o Usuário A provavelmente também apreciará a imagem da onça pintada, enquanto o Usuário B provavelmente gostará da imagem do pinguim. Com base nessa correlação, o algoritmo sugere essas imagens aos respectivos usuários (Figura 2 - Fase 3).

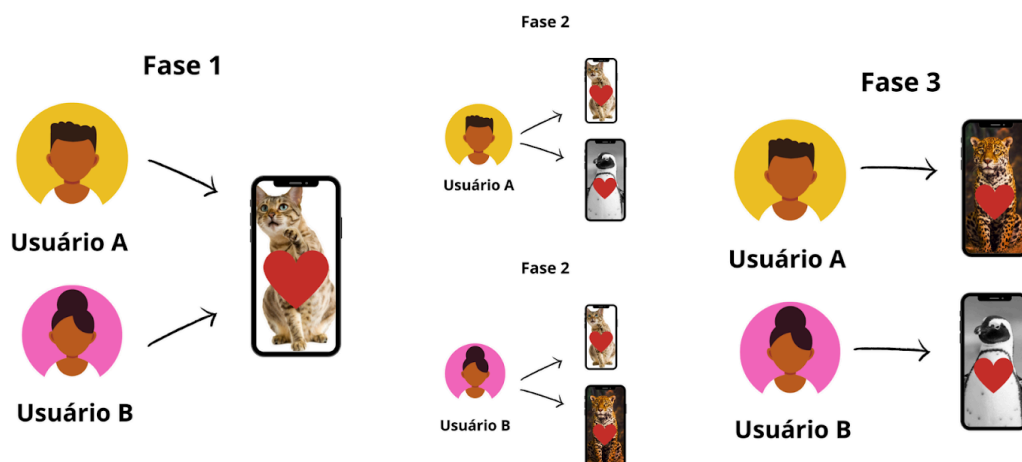


Figura 2- Fonte: Acervo Pessoal

Para Marinho et al. (2019), Ferreira (2020) e Das, Sahoo e Datta (2017) esse processo de filtragem de conteúdo também apresenta algumas limitações, como o

*cold start* e a problemática de *preferências atípicas* <sup>16</sup> de um usuário. Nesse escopo, verificando as limitações encontradas na filtragem baseada em conteúdo e na filtragem colaborativa, surge um terceiro sistema de filtragem de conteúdo, a filtragem híbrida.

A filtragem híbrida consiste na junção de diferentes sistemas de filtragem com o intuito de minar as fragilidades de um determinado sistema com as potencialidades de outro. É importante pontuar que os três sistemas de filtragem aqui dissertados não são exaustivos, ou seja, não correspondem a todos os tipos de sistema de filtragem existentes, de acordo com Marinho et al. (2019) e Ferreira (2020) estes apenas são os mais comuns. Nessa ótica, ao criar um sistema híbrido de filtragem amparado em um sistema de filtragem colaborativa e um sistema de filtragem baseado em conteúdo, Das, Sahoo e Datta (2017) comentam que:

Hybrid recommender systems are built by joining different recommender systems to build a more robust framework. By combining several recommender systems, we can reduce the demerits of one method through the merits of one more system and accordingly construct a more robust system. For instance, through combining collaborative filtering techniques, where the model fails after new items don't have ratings, through content-based methods, wherever feature info around the items is accessible, new items can be recommended more precisely and powerfully.<sup>17</sup> (Das; Sahoo; Datta, 2017, p. 8)

Todo esse processo de filtragem depende de um outro sistema extremamente importante no meio digital, os bancos de dados (Gillespie, 2018; Manovich, 2015). De acordo com Manovich (2015) “banco de dados é definido como uma coleção estruturada de dados”, é toda a coletânea de informações estruturadas e disponíveis para um sistema de filtragem. Retornando à nossa analogia inicial, banco de dados seria todo o acervo da nossa biblioteca digital. Abster-me-ei de explicações detalhadas sobre o funcionamento interno de um banco de dados, pois esta não é a

---

<sup>16</sup> “Preferências Atípicas (outliers): caso as preferências do usuário sejam exóticas de acordo com o domínio, existirá dificuldade de encontrar outros usuários com preferências similares.” (Ferreira, 2020)

<sup>17</sup> Os sistemas de recomendação híbridos são criados pela união de diferentes sistemas de recomendação para criar uma estrutura mais robusta. Ao combinar vários sistemas de recomendação, podemos reduzir os deméritos de um método por meio dos méritos de mais um sistema e, assim, construir um sistema mais robusto. Por exemplo, ao combinar técnicas de filtragem colaborativa, em que o modelo falha quando os novos itens não têm classificações, com métodos baseados em conteúdo, sempre que as informações sobre os recursos dos itens estiverem acessíveis, os novos itens podem ser recomendados de forma mais precisa e eficiente. (Tradução própria).

ênfase deste trabalho. No contexto desta pesquisa, é suficiente destacar que os sistemas de recomendação efetuam suas consultas em um banco de dados.

Conforme mencionado anteriormente, a existência de algoritmos de filtragem e recomendação é justificável, considerando que, como observam Gillespie (2018) e Jamil e Neves (2000), a sociedade contemporânea enfrenta um cenário de geração massiva de terabytes de informações anualmente. Isso, por sua vez, pode acarretar inúmeros problemas para os usuários, tais como a dificuldade de localizar os dados desejados na vastidão da internet ou o dispendioso investimento de tempo, muitas vezes horas ou dias, na busca por informações em diversos sites.

Nesse contexto, torna-se imperativo o uso de ferramentas de filtragem, que têm a capacidade de identificar com precisão as necessidades dos usuários e fornecer os dados desejados de maneira eficaz. No entanto, como assinala Gillespie (2018), é essencial que façamos reflexões sobre esse processo, abordando questões relacionadas à privacidade do usuário, à formação de bolhas de filtro digital e como estas estão relacionadas à disseminação de publicidades, em especial as de cunho político e notícias falsas.

Para isso, no próximo capítulo discutirei sobre como ocorre o processo de formação de bolhas digitais e qual é o papel que os algoritmos de recomendação desempenham nesse processo.

### **2.3.2 O processo de formação de bolhas**

Conforme detalhado no capítulo anterior, a função fundamental de um algoritmo de filtragem reside em selecionar e refinar informações com base no perfil do usuário. Como destacado por Gillespie (2018), as informações que tais algoritmos utilizam para orientar suas seleções vão muito além das informações tradicionais fornecidas em um formulário de cadastro, como nome, idade e orientação sexual.

A cada interação de um usuário com um mecanismo de busca, como o Google, ocorre a coleta de dados por parte do algoritmo de sugestões da empresa. Esses dados são, posteriormente, armazenados e empregados na criação de um perfil para o usuário. Esse perfil não se confunde com o que o usuário cria durante o processo de registro, mas sim representa uma identidade digital algorítmica, conforme explicado por Valente (2019).

Empresas como o Google e o Facebook empregam algoritmos para mapear as preferências dos usuários (Gillespie, 2018; Guedes, 2017; Valente, 2019). A partir dos padrões de busca, das curtidas, das visualizações e dos cliques em sites ou links, esses algoritmos conseguem identificar as preferências individuais de cada usuário. Portanto, é com base nessas preferências que os algoritmos de recomendação direcionam suas sugestões de novos tópicos e resultados de pesquisas para o usuário. Gillespie (2018) oferece uma observação pertinente a esse respeito:

Algoritmos de busca determinam o que oferecer com base nas informações do usuário. Mas a maioria das plataformas hoje faz do seu negócio saber mais, muito mais, sobre o usuário do que apenas a pesquisa que ele acabou de fazer. Os sites esperam ser capazes de antecipar o usuário quando o algoritmo é acionado, o que requer tanto o conhecimento coletado naquele momento, quanto o conhecimento já acumulado sobre o usuário e sobre outros usuários considerados parecidos com ele em termos estatísticos e demográficos (Gillespie, 2018, p. 101)

A partir desta situação, percebe-se emergir uma problemática, não no fato dos algoritmos filtrarem os dados a partir das preferências dos usuários, mas na percepção de que eles realizam as filtragens somente dessa maneira. Conforme discutido na seção anterior, um algoritmo de recomendação sugere um tópico ao usuário de duas formas, ou ele se baseia no perfil do usuário para sugerir algo que esteja de acordo com os seus interesses, ou ele identifica usuários que têm interesses semelhantes para realizar um cruzamento de sugestões.

Em tais cenários os algoritmos perfilam o usuário, a partir dos diversos pontos de informações que foram coletadas, e criam para eles uma identidade digital que corresponde às suas preferências, opiniões políticas e discursos. É a partir dessa identidade digital que os algoritmos de recomendação sugerem itens ao usuário. Todavia, conforme assinalam Guedes (2017), Valente (2019), Gillespie (2018), Niedzeilski e Kornalewski (2023) e Kaufman e Santaella (2020), esse processo realizado pelos algoritmos gera um fenômeno chamado formação de bolhas.

Santaella e Kaufman (2020) conceituam o fenômeno da formação de bolhas como o produto da filtragem seletiva de informações realizada por algoritmos. Segundo Santaella e Kaufman (2020) e também Guedes (2017), uma bolha informacional representa um estado no qual o indivíduo se encontra ao ser constantemente exposto apenas a informações que corroboram com suas preferências pessoais. Nesse cenário, o acesso a diversas perspectivas é

severamente limitado, configurando, assim, uma espécie de confinamento informacional.

[...] o processo invisível de filtragem de conteúdo que, ao personalizar nossos acessos e pesquisas, nos coloca em contato com o que queremos ver e não com o que devemos ver, que inclui contemplar o que seja desconfortável, desafiador, além de pontos de vista contrários e, por isso mesmo, enriquecedores. (Kaufman; Santaella, 2020, p. 7–8)

Nessa perspectiva, o processo de formação de bolhas de filtragem gera uma espécie de "cabresto informacional" sobre o usuário, restringindo-o a um único tipo de discurso. Isso leva o usuário a aceitar as informações que lhe são apresentadas como se fossem as únicas e incontestáveis verdades. A reflexão de Gillespie (2018) vai além da visão dos algoritmos como meras ferramentas de filtragem. Ele argumenta que essas tecnologias não apenas filtram, mas também atuam como estabilizadores de "verdades". Ou seja, ao limitar o acesso do usuário a informações divergentes, os algoritmos contribuem para a crença do indivíduo de que ele está sempre certo.

Esse "cabresto informacional" é uma metáfora que representa como a filtragem algorítmica pode restringir a exposição do usuário a informações que confirmam suas crenças preexistentes, criando uma bolha de informação que reforça suas visões e perspectivas, muitas vezes ignorando informações que possam desafiá-las.

Mais do que meras ferramentas, os algoritmos também são estabilizadores da confiança, garantias práticas e simbólicas de que suas avaliações são justas e precisas, livres de subjetividade, erro ou tentativas de influência. (Gillespie, 2018, p. 106–107)

A ideia de que os algoritmos atuam como "estabilizadores de verdades" sugere que, ao limitar o acesso a informações divergentes, os algoritmos podem contribuir para a formação de convicções rígidas e inflexíveis. Isso pode ser problemático, uma vez que impede a exposição a diferentes pontos de vista e a busca por um entendimento mais completo e nuance sobre determinados tópicos. Portanto, os algoritmos desempenham um papel importante na formação das perspectivas e crenças dos usuários, tornando crucial uma reflexão sobre seu impacto na sociedade e na formação de opiniões.

Outro ponto de reflexão de grande relevância diz respeito aos discursos promovidos por instituições como o Facebook e o Google, que alegam que seus

algoritmos buscam a neutralidade e a imparcialidade no processo de sugestão de informações. Eles afirmam que seu principal objetivo é fornecer aos usuários as informações que desejam, sem ceder a interesses políticos enviesados, ou seja, mantendo-se alheios a influências políticas.

Entretanto, é fundamental observar que casos notórios, como o envolvimento da empresa Cambridge Analytica (Fornasier & Beck, 2020), ilustram que, mesmo que esses algoritmos não atuem explicitamente em prol de uma perspectiva política, eles podem ser explorados como ferramentas de manipulação social, especialmente no contexto de atender aos interesses econômicos por meio de anúncios pagos.

No caso da Cambridge Analytica, a empresa usou dados obtidos de maneira questionável do Facebook para direcionar mensagens políticas altamente direcionadas aos eleitores, com o intuito de influenciar suas decisões nas eleições. Isso exemplifica como os algoritmos podem ser aproveitados para atender a interesses econômicos e políticos, mesmo que a intenção declarada seja de neutralidade. Portanto, a ideia de neutralidade algorítmica deve ser considerada com cautela, à luz de casos reais que demonstram a utilização de seu potencial para manipulação e polarização.

Partindo deste debate, sugere-se então analisar o PL N° 2630 (BRASIL, 2020b, 2020a) sob a luz das considerações aqui realizadas quanto ao funcionamento dos algoritmos de sugestão de conteúdo no tocante à disseminação e compartilhamento de fake news.

### 3. Uma análise do Projeto de Lei N° 2630, de 2020

Conforme foi debatido ao longo desta pesquisa, a revolução informacional causada pela internet provocou muitos imbróglis, como a fácil disseminação de fake news, mas também gerou inúmeras facilidades para a humanidade, como o quase irrestrito compartilhamento de informações e conhecimentos.

Neste escopo, a legislação Brasileira precisou movimentar-se para conseguir regulamentar este desenvolvimento, consolidando por exemplo o Marco Civil da Internet, Lei N° 12.965, de 23 de abril de 2014 (BRASIL, 2014), e a Lei Geral de Proteção de Dados, Lei N° 13.709, de 14 de agosto de 2018 (BRASIL, 2018). Estas legislações visam preservar os direitos dos cidadãos e responsabilizar os devidos órgãos ou pessoas que cometam crimes online.

Todavia estas legislações não conseguiram abarcar todas as problemáticas legais geradas pelo acesso à internet, a título de exemplo o uso de inteligências artificiais em campanhas eleitorais e a propagação de notícias falsas. Nesse escopo o governo brasileiro tem se movimentado para aprovar novas legislações que regulamentem tais situações.

Neste quesito, dentre as normas que regulamentarão os pleitos eleitorais em 2024 o Tribunal Superior Eleitoral aprovou a Resolução N° 23.732 (2024) que regulamenta a forma e métodos que podem ser utilizados durante as propagandas eleitorais de 2024. Dentre as normas, a resolução regulamenta o uso das inteligências artificiais em campanhas eleitorais.

Em perspectiva similar o projeto de lei N° 2630 de 2020 (BRASIL, 2020b, 2020a) visa disponibilizar ferramentas que minem a disseminação de notícias falsas na internet. É válido lembrar que o texto do projeto de lei ainda não foi aprovado, sua última discussão foi realizada no ano de 2023 e gerou uma série de repercussões online por parte das *Big Techs*, que se manifestaram contrárias ao projeto de lei (Amato; Camargo; Rodrigues, 2023).

Partindo destes apontamentos, este capítulo propõe-se a de debater o Projeto de Lei N° 2630 (BRASIL, 2020b, 2020a), enquadrando-o na perspectiva dos estudos linguísticos. Buscar-se-á traçar uma reflexão acerca de como são apresentados os conceitos de verdade e *fake news* na legislação citada, bem como será produzida uma análise acerca dos métodos de contra-disseminação de fake news que são propostos pelo projeto de lei.

Para isso, em primeiro momento será realizado um retrospecto das legislações brasileiras acerca da regulamentação da internet, apresentando as principais leis vigentes, como o Marco Civil da Internet (BRASIL, 2014) e a Lei Geral de Proteção de Dados (BRASIL, 2018). Posterior a isso será observado o percurso traçado pelo Projeto de Lei Nº 2630 (BRASIL, 2020b, 2020a) desde o seu surgimento até os dias atuais.

Em um segundo momento, amparado nos conceitos apresentados nesta dissertação, será analisado o entendimento de fake news e desinformação apresentados no projeto e traçar-se-á um paralelo acerca de como essas concepções se relacionam com o entendimento da verdade. Faz-se isso para tentar verificar se os critérios que serão utilizados pelo governo para definir o que é notícia falsa podem ameaçar o debate democrático do país.

Em outra instância, serão observadas as propostas de reparação de disseminação de notícias falsas apresentadas pelo projeto de lei. Neste escopo será realizado um comparativo destas proposições com os entendimentos apresentados no capítulo anterior acerca das formas de sugestão realizadas pelos algoritmos na internet, com o intuito de verificar a eficácia destas propostas no combate às fake news.

Portanto, objetiva-se aqui realizar uma análise geral do PL Nº 2630 (BRASIL, 2020b, 2020a) , contemplando o seu surgimento, sua compreensão do que é verdade e suas ferramentas de combate às fake news. É importante frisar que não se objetiva aqui apresentar uma solução cabal para a problemática das fake news, mas sim analisar como o projeto de lei trata esta situação.

### **3.1 Brasil e sua legislação sobre a internet**

Apesar de a conexão de internet já funcionar no Brasil desde os anos 1980, a primeira legislação dedicada exclusivamente a este tópico só foi promulgada em 2014. Conhecida como a referência inicial da regulação brasileira acerca do acesso à internet, a Lei 12.965 de 2014, também denominada de marco civil da internet (BRASIL, 2014), regulamenta os processos de conexão realizados pelos provedores e estabelece que todos os usuários devem ser tratados isonomicamente, eliminando a possibilidade de privilégios para a conexão de determinados indivíduos.

Para entender a matéria tratada no Marco Civil da Internet, necessitamos retomar o conceito de internet apresentado na seção "2.3 Internet, algoritmos e agrupamento de bolhas" e acrescentar um cenário de exemplificação que situe esta definição. Entendendo a internet como uma rede de comunicação e transmissão de dados, idealize o seguinte cenário.

Imagine as conexões dos computadores que formam a internet como as ruas de uma cidade. Para viajar de um ponto a outro, as pessoas precisam percorrer essas ruas, e durante essa viagem, não há diferenciação ou vantagens concedidas a elas em relação às outras. Mesmo que alguém esteja dirigindo uma Ferrari e seja filho do prefeito, essa pessoa não terá uma faixa exclusiva reservada apenas para ela; ela precisará enfrentar o mesmo trânsito que todos os outros habitantes da cidade para chegar ao seu destino.

O Marco Civil da Internet (MCI) regulamenta esse princípio de igualdade de acesso nas conexões realizadas no Brasil. Segundo a lei, os provedores de internet não podem discriminar os usuários ou conceder privilégios na transmissão de dados na rede mundial de computadores.

Art. 9º O responsável pela transmissão, comutação ou roteamento tem o dever de tratar de forma isonômica quaisquer pacotes de dados, sem distinção por conteúdo, origem e destino, serviço, terminal ou aplicação. (BRASIL, 2014)

Retomando nosso exemplo e contrastando-o com a legislação, é o Marco Civil da Internet (MCI) que assegura que nosso sujeito hipotético precise utilizar as mesmas vias que os demais cidadãos da cidade para se deslocar de um ponto a outro. Os provedores de internet não têm permissão para oferecer vias preferenciais ou rotas alternativas para indivíduos específicos, evitando dessa maneira o favorecimento de empresas e cidadãos.

Essa regulação pioneira da internet no Brasil também estabelece a proteção da confidencialidade e dos dados do usuário como uma prioridade. Conforme o Marco Civil da Internet (MCI), os provedores são obrigados a implementar medidas para salvaguardar a privacidade dos dados dos usuários, permitindo o acesso às informações armazenadas somente mediante uma decisão judicial.

Art. 10. A guarda e a disponibilização dos registros de conexão e de acesso a aplicações de internet de que trata esta Lei, bem como de dados pessoais e do conteúdo de comunicações privadas, devem atender à preservação da intimidade, da vida privada, da honra e da imagem das partes direta ou indiretamente envolvidas. (BRASIL, 2014)

É de extrema importância destacar que a contribuição central proposta pelo Marco Civil da Internet não é a proteção e regulação do tratamento de dados do usuário, muito menos a regulação das aplicações de internet. O MCI regulamenta essencialmente o processo de transmissão de dados dos usuários dentro da rede mundial de computadores, garantindo a isonomia de tratamento entre os mesmos.

Apesar de a Lei 12.965 (BRASIL, 2014) apresentar artigos que versam propriamente acerca da privacidade de proteção de dados dos usuários, esse não é seu foco. Na presente legislação, os artigos relacionados aos dados dos usuários direcionam-se apenas no quesito de armazenar e transportar os dados pelos provedores de internet. Outra importante Lei brasileira que regulamenta especificamente acerca do tratamento de dados de pessoas físicas foi promulgada no ano de 2018.

A Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD) ou Lei 13.709 de 2018 (BRASIL, 2018) apresenta dois diferentes tipos de dados dos usuários: o dado pessoal e o dado pessoal sensível. De acordo com o artigo 5º da legislação dado pessoal é "informação relacionada a pessoa natural identificada ou identificável" (BRASIL, 2018) e dado pessoal sensível "dado pessoal sobre origem racial ou étnica, convicção religiosa, opinião política, filiação a sindicato ou a organização de caráter religioso, filosófico ou político, dado referente à saúde ou à vida sexual, dado genético ou biométrico, quando vinculado a uma pessoa natural" (BRASIL, 2018).

Ao discernir entre esses dados, a LGPD (BRASIL, 2018) estipula duas modalidades distintas de tratamento. Conforme delineado na legislação, em ambas as circunstâncias, inicialmente, é imperativo que as empresas obtenham o consentimento do usuário para realizar o tratamento de dados, todavia em certos contextos o consentimento é dispensável, por exemplo, nos casos em que os dados são utilizados para fins de pesquisa científica, quando são indispensáveis para a preservação da vida ou da integridade física de outros indivíduos, ou ainda para atividades relacionadas à gestão de crédito.

É importante pontuar também que a legislação compreende como dados não apenas as informações armazenadas ou tratadas em meios digitais. Para a LGPD até mesmo formulários físicos que preenchamos em lojas ou hotéis são dados que devem ser regulados pela lei.

Entre os aspectos relevantes da legislação, destaco três situações específicas. A primeira delas aborda o tratamento dos dados pessoais sensíveis, conforme estipulado pela LGPD. Nesse contexto, é exigido que as finalidades do tratamento desses dados estejam explicitamente destacadas nos termos de uso dos sites, aplicativos ou outros sistemas responsáveis pela coleta e tratamento das informações.

Este ponto, por exemplo, estipula que as empresas de redes sociais devem explicitar os motivos pelos quais perfis de usuários são elaborados com base em seus interesses pessoais. O que quero destacar aqui é que, embora essa exigência seja necessária, por si só, ela não é suficiente para evitar fenômenos como o processo de formação de bolhas discutido no capítulo anterior. Entende-se que apesar das empresas possuírem a obrigação legal de apresentar em seus termos de uso os motivos de realizar o tratamento de dados dos usuários, estes na maioria das vezes sequer leem o contrato de uso das plataformas, bem como não entendem as consequências sociais e psicológicas desse tipo de tratamento de dados.

O perfilamento indiscriminado e os algoritmos de sugestão de conteúdo, como demonstrado anteriormente, tendem a condicionar os usuários a um ambiente no qual recebem apenas informações que reforçam suas preferências, o que pode gerar sérios problemas sociais. Isso é evidente nas grandes crises políticas enfrentadas pela sociedade nos últimos anos devido à polarização, um contexto no qual as fake news se tornam ferramentas poderosas.

Nesse escopo, observa-se que nem a LGPD (BRASIL, 2018) e nem o Marco Civil da Internet (BRASIL, 2014) possuem ferramentas jurídicas para regulamentar esse tipo de ação das empresas, o que por sua vez lhes possibilita agir de forma quase irrestrita. Foi exatamente por meio desta percepção que o PL Nº 2630 (BRASIL, 2020a, 2020b) foi elaborado. Trataremos com mais profundidade esse debate nas seções seguintes.

O segundo ponto que destaco da LGPD (BRASIL, 2018) refere-se ao tratamento de dados pessoais sensíveis relacionados à saúde dos usuários. Segundo a legislação, as empresas são proibidas de compartilhar esses dados com

o objetivo de obter vantagens econômicas, e caso o compartilhamento ocorra, é necessário o consentimento do usuário. Além disso, a lei impede que as empresas de planos de saúde usem esses dados para avaliar os riscos individuais na contratação de planos.

Essa regulamentação da LGPD (BRASIL, 2018) é crucial, pois impede práticas oportunistas que poderiam ser adotadas por empresas de saúde e seguradoras em relação à saúde da população. Ao garantir a proteção dos dados sensíveis dos usuários, a lei não apenas preserva a privacidade e a autonomia dos indivíduos, mas também ajuda a prevenir possíveis abusos que poderiam surgir de um uso inadequado dessas informações. Isso promove um ambiente mais justo e equitativo no setor de saúde, contribuindo para o bem-estar e a segurança dos cidadãos.

O terceiro ponto que merece atenção acerca da Lei Geral de Proteção de Dados (BRASIL, 2018) é a ausência de regulamentação acerca dos tipos de conteúdo que são veiculados na internet e ainda o debate acerca de a quem compete a responsabilidade legal acerca do mesmo. Enquanto o Marco Civil da Internet isenta as empresas de responsabilização quanto ao tipo de conteúdo que veiculam, a LGPD sequer trata a temática.

Art. 18. O provedor de conexão à internet não será responsabilizado civilmente por danos decorrentes de conteúdo gerado por terceiros.

Art. 19. Com o intuito de assegurar a liberdade de expressão e impedir a censura, o provedor de aplicações de internet somente poderá ser responsabilizado civilmente por danos decorrentes de conteúdo gerado por terceiros se, após ordem judicial específica, não tomar as providências para, no âmbito e nos limites técnicos do seu serviço e dentro do prazo assinalado, tornar indisponível o conteúdo apontado como infringente, ressalvadas as disposições legais em contrário. (BRASIL, 2014)

Nesse sentido, observou-se a necessidade de um amparo legal para regulamentar o tipo de conteúdo que é veiculado pelas plataformas. A moderação de conteúdo já é uma realidade na internet, as plataformas decidem quais conteúdos podem veicular, quais tópicos entrarão nos *trending topics*<sup>18</sup> ou ainda quais perfis devem ser bloqueados na rede. Todavia, esse processo de moderação é

---

<sup>18</sup> "Trending topics" são os assuntos mais comentados em um dado momento em redes sociais, refletindo conversas e interesses predominantes dos usuários. Eles são caracterizados pela popularidade, atualidade, relevância social, geolocalização e temporalidade, sendo utilizados por empresas, jornalistas e analistas para engajamento, identificação de notícias emergentes e análise de padrões sociais.

realizado arbitrariamente pelas empresas, por exemplo, não existe nenhuma garantia legal que sustente o direito de ampla defesa e do contraditório<sup>19</sup>.

Foi a partir deste contexto que o Projeto de Lei Nº 2630 (BRASIL, 2020a, 2020b) surgiu. Esse PL apresenta uma proposta de legislação que responsabiliza as plataformas quanto ao tipo de conteúdo que veiculam, possibilita o direito de ampla defesa e contraditório dos usuários e dá amparos legais para que o governo aplique sanções às empresas que desrespeitarem a legislação.

Nesse escopo, a próxima seção apresentará um breve histórico do PL, ao mesmo passo que serão discutidos alguns pontos do projeto sob a luz da literatura acadêmica estudada ao longo deste trabalho.

### **3.2 Câmara e Senado, as diferentes propostas para o PL 2630**

De acordo com a legislação brasileira, existem procedimentos legais específicos que devem ser observados no processo de criação de leis. No caso do Projeto de Lei 2630 (BRASIL, 2020a, 2020b), sua tramitação começou no Senado Federal, sendo apresentada pelo Senador Alessandro Vieira (BRASIL, 2020b). Posteriormente, passou para a Câmara dos Deputados, onde a relatoria ficou a cargo do deputado Orlando Silva (BRASIL, 2020a).

Um projeto de lei deve seguir um rito determinado. Inicialmente, o projeto é apresentado em uma das casas legislativas, no caso do PL 2630, no Senado. Em seguida, passa pelas comissões dessas casas, que debatem os assuntos abordados pela lei, e posteriormente necessita ser aprovado por maioria absoluta. Após essa aprovação, o projeto é encaminhado para a outra casa legislativa, que, no caso do PL 2630, é a Câmara dos Deputados. Lá, ele também passa por comissões que debatem o texto da lei e precisa ser aprovado por maioria absoluta.

Após seguir esse rito legal, o projeto de lei deve ser sancionado ou vetado pelo presidente. Em caso de veto, o projeto retorna à casa anterior para eventuais debates adicionais. Se sancionado, o projeto segue para publicação no Diário Oficial e entra em um período de transição até entrar em vigor. É importante notar que, em

---

<sup>19</sup> Ampla defesa e contraditório são princípios constitucionais do direito processual brasileiro que garantem um processo justo. A ampla defesa assegura ao litigante o direito de utilizar todos os meios e recursos legais para se defender, incluindo a apresentação e contestação de provas, e o acesso aos autos. O contraditório garante que todas as partes possam se manifestar sobre os atos processuais e tenham igual oportunidade de resposta e defesa, promovendo o equilíbrio no processo. Esses princípios estão consagrados no artigo 5º, incisos LIV e LV, da Constituição Federal de 1988.

cada uma dessas etapas, tanto nas discussões das comissões quanto nas votações em plenário, ou ainda na sanção do presidente, o projeto de lei pode ser modificado, com inserções ou retiradas de incisos, parágrafos ou artigos.

Essa contextualização do processo de construção de uma lei é valiosa para entendermos o atual estágio do PL 2630. Conforme mencionado, o projeto foi apresentado em 2020 pelo senador Alessandro Vieira (BRASIL, 2020b) e aprovado no plenário do Senado no mesmo ano. Ainda em 2020, a proposta foi encaminhada à Câmara dos Deputados, sob a relatoria do deputado Orlando Silva (BRASIL, 2020a), e já passou por comissões como a Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática. No entanto, o PL ainda não foi votado na Câmara dos Deputados.

Nesse contexto, é importante reconhecer que a proposta já passou por inúmeras alterações. Sendo assim, essa análise do PL será conduzida em dois eixos, para isso foram escolhidos três pontos que julgamos serem extremamente importantes para o PL: A questão da responsabilização das plataformas; a disseminação de informações em bolhas digitais e a abordagem da desinformação e fake news proposta pela lei.

Em cada um desses pontos, será feita uma análise comparativa entre as propostas do PL 2630 que passou pelo senado e que está na câmara dos deputados, faz-se isso para tentar identificar possíveis convergências e ou divergências entre as propostas. Posterior a isso, na análise de cada um desses pontos também será debatida a temática sob a luz do aporte teórico estudado qual? no capítulo anterior, buscando desvendar a identificar a eficácia ou falhas que o PL poderá produzir.

### **3.2.1 A questão da responsabilização das plataformas**

Conforme indicado no título "Brasil e sua legislação sobre a internet", das duas leis brasileiras que regulam especificamente tópicos relacionados à internet, nenhuma aborda o tipo de conteúdo veiculado na rede, nem trata da responsabilidade pelas informações disseminadas na internet.

Antes de debater propriamente a questão da responsabilização nas duas versões do PL 2630, vamos apresentar a concepção de Rousseau (apud Kritsch, 2011) acerca da criação de pactos comuns à sociedade, leis. Faz-se isso para

elucidar a complexidade e a importância que este debate possui, haja vista que responsabilizar ou não as plataformas sobre o conteúdo que veiculam podem afetar diretamente direitos fundamentais como a liberdade de expressão.

De acordo com Rousseau (apud Kritsch, 2011), o processo de transição de uma sociedade natural para uma sociedade política envolve a criação de regras e normas positivas (escritas e institucionalizadas), em contraste com o estado natural, onde tais regras formais não existiam.

Nesse escopo, quando os indivíduos entram em um pacto social, eles renunciam aos direitos que possuíam no estado natural, e em troca disso, eles aceitam os direitos positivos estabelecidos pela sociedade, que são os únicos que passam a ter validade.

As normas e direitos da sociedade política são inovadores porque emergem de um novo ente coletivo: o soberano ou a vontade geral. Este novo sujeito é o conjunto das vontades individuais que se unificam para formar uma identidade coletiva. O soberano ou vontade geral representa a convergência das diversas vontades individuais em um “eu comum”, ou seja, uma identidade coletiva compartilhada por todos os membros da sociedade. Tal perspectiva é corroborada com a seguinte fala de Kritsch (2011):

A passagem ao estado de sociedade política é a passagem à positividade. Os direitos positivos passam a valer com exclusividade, pois o pacto implica a renúncia a todos os direitos anteriores. Os direitos e normas postos pela sociedade são radicalmente novos, pois resultam da manifestação de um novo sujeito: o soberano (ou vontade geral), que expressa aquilo em que as várias vontades podem constituir uma identidade coletiva, um “eu comum”. Com isso, os homens passam a desempenhar, na vida política, papéis múltiplos. (Kritsch, 2011, p. 90)

Trazendo esse debate para uma análise acerca do surgimento das redes sociais e da internet, observa-se que de início as plataformas agiam como uma espécie de sociedade natural, onde todo tipo de conteúdo era veiculado e que, com o tempo as próprias plataformas começaram a moderar o tipo de informações que poderiam ser propagadas nas redes.

Esse processo poderia ser explicado pelo pensamento de Rousseau (apud Kritsch, 2011), onde as próprias plataformas, ou sociedades naturais, compreenderam a necessidade de regular certas práticas em nome de um eu comum, um eu digital, ou melhor uma sociedade digital, onde esse grupo optou por

“abdicar” certas liberdades e começar a usar regras de uso que regulassem a rede em nome de um bem comum.

De acordo com Marques (2010), esse processo não é um processo autoritário, pois de acordo com o autor, sob a ótica de Rousseau, submeter os sujeitos às leis e contratos coletivos não significa restringir a liberdade, mas sim consolidá-la. Essa perspectiva, a primeira leitura, pode parecer problemática e paradoxal, porém Marques (2010) defende que o conceito de liberdade apresentado em Rousseau se difere do entendimento de liberdade difundido rotineiramente.

Enquanto o entendimento comum de liberdade seria próximo ao “agir como quiser”, Marques (2010) apresenta uma compreensão de liberdade sustentada por uma tríade de conceitos:

(1) o agente, (2) o sistema de coerções e (3) o conjunto de objetivos que ele deve ter condições de alcançar. Assim, em vez de considerar separadamente duas relações binárias “S está livre de x” e “S está livre para (alcançar) y”, a expressão completa da noção de liberdade, para MacCallum, deve envolver uma relação entre três termos: “S está livre de x para alcançar y”. (Marques, 2010, p. 110)

Sendo assim, a liberdade nesse sentido não seria restringida pelas leis, mas garantida por elas, haja vista que parte-se do pressuposto que um sujeito deseja viver em uma sociedade justa, porém para alcançar tal objetivo o sujeito deve compartilhar dos desejos do corpo social que ele próprio compõe, sendo assim uma lei não é uma restrição de liberdade, mas uma consolidação, pois o desejo da lei é o desejo da sociedade, e a sociedade é o grupo de indivíduos que o próprio sujeito faz parte, sendo assim o desejo da sociedade também seria o seu desejo, o que por sua vez não feriria sua liberdade.

Partindo desse ponto, em análise observa-se que até o presente momento, no Brasil essa regulamentação acerca do que é passível de ser difundido ou não na internet está totalmente à mercê do interesse das *Big Techs*, conforme explanado em capítulos anteriores, não existe uma legislação no Brasil que regule quais conteúdos podem ser propagados, muito menos uma lei que responsabilize ou as empresas ou o usuário sobre o tipo de conteúdo disseminado ou que garanta seu direito ao contraditório em caso de conta suspensa.

Retomando o pensamento de Rousseau (apud Kritsch, 2011) , ao se organizarem como sociedades políticas cria-se a necessidade de surgimento de um ente político, de um estado, que preserva e defende democraticamente, os

interesses do “eu soberano”. Todavia, o que se observa desde o surgimento da internet é que o Estado não tem essa autonomia na rede, principalmente no Brasil.

Na internet, a autoridade soberana são as corporações, que determinam o que pode ou não ser veiculado nas plataformas. Além disso, essas empresas favorecem a disseminação em massa de informações selecionadas por financiadores publicitários, por meio de grandes campanhas de impulsionamento de conteúdo. São os interesses das companhias e não do corpo social que prevalecem na internet.

Nesse sentido, o PL Nº 2630 propõe responsabilizar as plataformas pelo tipo de conteúdo que veiculam e atribui ao Estado a competência de verificar e analisar o cumprimento da lei. Essa atitude provoca uma espécie de retomada de poder por parte do estado soberano, pois este fiscalizaria as empresas que não teriam mais autonomia total em decidir o que pode ou não ser veiculado ou impulsionado.

Em ambas as propostas, tanto na do senado como na da Câmara dos Deputados, consta-se essa perspectiva, o que em minha análise é algo positivo pois entendo a importância para a comunicação social que as redes sociais possuem; nesse sentido, ao responsabilizar as plataformas quanto ao tipo de conteúdo veiculado, o PL as obriga a desenvolver uma certa acurácia quanto aos conteúdos que disseminam, sobretudo com relação aos conteúdos cujo impulsionamento é patrocinado. Essa medida é crucial para garantir que a informação transmitida nas redes sociais seja mais confiável e alinhada com os princípios de transparência e responsabilidade.

### **3.2.2 A disseminação de informações em bolhas digitais**

Conforme apresentado no capítulo anterior, a todo instante nossos dados são coletados e utilizados para formar um perfil on-line. Esse perfilamento permite às empresas preverem nossos comportamentos, preferências políticas e até nossos sentimentos. Esse perfilamento também permite às *Big Techs* direcionarem conteúdos e propagandas para cada usuário, e é exatamente dessa forma que essas empresas trilionárias ganham lucro, vendendo nossa atenção.

Todo esse processo é viabilizado por meio de uma série de algoritmos sofisticados, meticulosamente projetados para analisar, prever e influenciar o comportamento humano. De acordo com Marinho et al. (2019), Ferreira (2020) e

Das, Sahoo e Datta (2017) esses algoritmos não apenas garantem que um conteúdo específico seja enviado, mas também asseguram que ele atinja precisamente o indivíduo-alvo, maximizando a eficiência das campanhas de marketing digital.

Esse processo é impulsionado por investimentos significativos de empresas e indivíduos através de tráfego pago e estratégias de direcionamento de conteúdo, conforme demonstrado por Fornasier e Beck (2020) no escândalo da Cambridge Analytica no ano de 2016. A precisão dessas operações é resultado de avanços na análise de grandes volumes de dados (big data), aprendizado de máquina e inteligência artificial, que permitem a personalização em massa e a segmentação detalhada do público. Consequentemente, esse mecanismo não apenas aumenta a probabilidade de conversão, mas também otimiza o retorno sobre o investimento, tornando-se uma ferramenta indispensável no arsenal das estratégias de marketing contemporâneas .

Conforme demonstrado no capítulo anterior, a partir dos autores Marinho et al. (2019), Ferreira (2020), Fornasier e Beck (2020) e Das, Sahoo e Datta (2017) , a utilização intensiva de algoritmos de análise e direcionamento de conteúdo contribui significativamente para a formação de bolhas digitais, nas quais os indivíduos são expostos apenas a informações e opiniões que reforçam suas crenças preexistentes. Esse fenômeno é amplificado pelo mecanismo de personalização dos algoritmos, que filtra o conteúdo com base no histórico de navegação e nas interações passadas dos usuários, criando uma experiência online cada vez mais homogênea e segregada.

Gillespie (2018), Valente (2019), Guedes (2017), Niedzeilski e Kornalewski (2023) e Kaufman e Santaella (2020) comentam que as bolhas digitais resultantes desse processo têm impactos profundos na sociedade, incluindo a polarização política, a fragmentação social e a redução da exposição a perspectivas diversificadas. Conforme a análise apresentada sobre o fenômeno da pós-verdade (Charaudeau, 2022; D'Ancona, 2018; Spinelli; Santos, 2018), a formação dessas bolhas pode levar à disseminação de desinformação, uma vez que os indivíduos dentro delas são menos propensos a questionar ou verificar a veracidade das informações que recebem. Esse ambiente digital segmentado compromete o discurso público e a coesão social, dificultando a construção de um entendimento comum e a tomada de decisões coletivas informadas.

Nesse sentido, as propostas apresentadas pelo PL N° 2630 (BRASIL, 2020a, 2020b) propõe importantes ferramentas que não só limitam o compartilhamento de informações de forma massiva, mas também possibilitam reconhecer quais são os conteúdos patrocinados e quem são os indivíduos que os patrocinam. Entende-se aqui que esse tipo de configuração pode, em primeira instância, intimidar indivíduos que desejam produzir e impulsionar fake news, ao mesmo passo que garante aos usuários uma autonomia em reconhecer quais são as empresas que estão pagando pela sua atenção.

Enquanto a proposta aprovada no Senado (BRASIL, 2020b) versa sobre essas ferramentas no capítulo II (Da responsabilidade dos provedores de aplicação no combate à desinformação e aumento da transparência na internet) e no capítulo III (Da transparência em relação a conteúdos patrocinados) a proposta em tramitação na Câmara dos Deputados (BRASIL, 2020a) condensou essas ferramentas em apenas um capítulo, o capítulo II (Da responsabilidade e da transparência no uso de redes sociais e de serviços de mensageria privada).

Na proposta apresentada pelo Senado (BRASIL, 2020b), o artigo 5 proíbe a criação de contas inautênticas e exige que as plataformas de internet implementem ferramentas para combater a existência de redes de disseminação artificial de desinformação. Em outras palavras, o artigo 5 não só obriga as empresas de internet a coibir a criação e manutenção de contas falsas, mas também a impedir o desenvolvimento e uso de inteligências artificiais para propagar conteúdos desinformativos online.

No entanto, este artigo trata especificamente das redes de compartilhamento de conteúdos desinformativos. A questão da desinformação será abordada detalhadamente na seção seguinte, onde discutiremos suas implicações e possíveis soluções.

Retornando ao artigo 5, outro ponto que merece atenção diz respeito à exigência apresentada pelo inciso IX, o qual pondera que as aplicações de internet devem proibir a existência de conteúdos patrocinados não rotulados, conforme a letra da projeto de lei:

Art. 5º São vedados, nas aplicações de internet de que trata esta Lei:

[...]

IV – conteúdos patrocinados não rotulados, entendidos como aqueles conteúdos patrocinados cuja comunicação não é realizada ao provedor e tampouco informada ao usuário. (BRASIL, 2020b)

Os artigos 6, 7 e 8 do Projeto de Lei aprovado pelo Senado (BRASIL, 2020b) demonstram a exigência de transparência por parte das aplicações de internet no tocante às contas e conteúdos removidos das plataformas. Essa transparência, de acordo com o PL, é assegurada por meio de relatórios que deveriam ser emitidos pelas empresas.

De acordo com os artigos 6 e 7 do projeto de lei (BRASIL, 2020b), esses relatórios deveriam ser publicados trimestralmente, e em períodos eleitorais semanalmente, nos sites das plataformas contendo informações como:

I - número total de postagens e de contas destacadas, removidas ou suspensas, contendo a devida motivação, localização e metodologia utilizada na detecção da irregularidade;

II - número total de disseminadores artificiais, redes de disseminação artificial e conteúdos patrocinados destacados, removidos ou suspensos, contendo a devida motivação, localização e processo de análise e metodologia de detecção da irregularidade;

III - número total de rotulação de conteúdo, remoções ou suspensões que foram revertidas pela plataforma;

IV - comparação, com métricas históricas, de remoção de contas e de conteúdos no Brasil e em outros países. (BRASIL, 2020b)

Ao analisar as reivindicações feitas pelo Projeto de Lei (BRASIL, 2020b) em relação a esses relatórios, verifica-se que eles poderiam possibilitar uma fiscalização mais eficaz tanto pela sociedade quanto pelo governo. Essa fiscalização seria direcionada à atuação das plataformas no combate à disseminação de fake news e desinformação, bem como na desestruturação de redes artificiais responsáveis pela propagação de conteúdos desinformativos. Assim, os relatórios propostos serviriam como uma ferramenta crucial para garantir a transparência e a responsabilidade das plataformas digitais em relação à integridade da informação circulante na internet.

A seção III do capítulo II da proposta aprovada no Senado (BRASIL, 2020b) versa explicitamente sobre medidas contra a desinformação, sendo assim, conforme explicitado anteriormente, esse tópico será debatido especificamente na próxima

seção deste trabalho. Já a seção IV do PL aprovado pelo Senado (BRASIL, 2020b), delinea nos artigos 13 a 18 uma proposta de regulação acerca dos serviços de mensageria privada.

O artigo 13 apresenta uma proposta interessante para restringir o compartilhamento de mensagens em aplicativos de mensageria privada. De acordo com o Projeto de Lei (BRASIL, 2020b), esses aplicativos devem limitar o encaminhamento de mensagens a no máximo cinco usuários ou grupos e restringir a quantidade de membros por grupo a no máximo 256 usuários. Adicionalmente, em períodos eleitorais ou em situações de emergência, o compartilhamento de mensagens seria ainda mais restrito, permitindo o encaminhamento a apenas um usuário ou grupo.

Art. 13. Os provedores de aplicação que prestarem serviços de mensageria privada desenvolverão políticas de uso que limitem o número de encaminhamentos de uma mesma mensagem a no máximo 5 (cinco) usuários ou grupos, bem como o número máximo de membros de cada grupo de usuários para o máximo de 256 (duzentos e cinquenta e seis) membros.

§1º Em período de propaganda eleitoral, estabelecido pelo art. 36 da Lei 9.504 de 1997 e durante situações de emergência ou de calamidade pública, o número de encaminhamentos de uma mesma mensagem fica limitado a no máximo 1 (um) usuários ou grupos. (BRASIL, 2020b)

Essas medidas visam a reduzir a disseminação massiva de informações potencialmente desinformativas, promovendo um ambiente digital mais controlado e seguro. Em minha análise, um ponto interessante da proposta deste artigo é não tentar regular apenas a disseminação de conteúdos tachados como desinformativos, mas sim tratar todos os tipos de conteúdos isonomicamente.

Outro ponto de reflexão importante do Projeto de Lei (BRASIL, 2020b) diz respeito ao uso de disseminadores artificiais de mensagens. O artigo 14 propõe que as contas que utilizarem esse tipo de serviço sejam obrigadas a indicá-los explicitamente no momento da criação da conta ou quando começarem a utilizá-los. O não cumprimento dessa exigência acarretará a suspensão das contas infratoras. Já o artigo 15 propõe que os usuários sejam consultados quanto ao seu consentimento no momento em que forem incluídos em grupos ou listas de transmissão.

Em minha análise, essas medidas visam a aumentar a transparência e a responsabilidade no uso de tecnologias de automação, contribuindo para a

mitigação da disseminação artificial de desinformação, ao mesmo passo que dão mais autonomia ao usuário quanto a seleção do tipo de conteúdo recebido.

Ainda na proposta aprovada pelo Senado (BRASIL, 2020b), o capítulo III (Da transparência em relação a conteúdos patrocinados) dispõe uma proposta que obriga as aplicações de internet a manterem transparência quanto aos conteúdos pagos.

O artigo 19 do PL (BRASIL, 2020b) propõe que os provedores de aplicação devem propiciar um ambiente de fácil acesso e destacado nas plataformas onde os usuários podem consultar e verificar os histórico de conteúdos patrocinados com os quais ele teve contato nos últimos seis meses.

O artigo 20 (BRASIL, 2020b) exige que os conteúdos patrocinados sejam claramente rotulados como tal, indicando explicitamente que se trata de material patrocinado, além disso as plataformas devem fornecer meios para que o usuário possa identificar quem são os patrocinadores do conteúdo e quais foram os demais conteúdos que este patrocinador impulsionou nos últimos meses.

Ainda no artigo 20, o inciso IV apresenta o que na visão deste trabalho, é um dos pontos mais significativos do PL (BRASIL, 2020b), baseando-se nas análises realizadas no capítulo anterior. Segundo este inciso o usuário teria o direito de acessar as informações de quais foram as fontes de dados e quais foram os critérios utilizados para a definição de público-alvo do conteúdo patrocinado, conforme o Projeto de Lei:

Art. 20. Com o propósito de garantir transparência, os provedores de aplicação devem exigir que todos os conteúdos patrocinados incluam rotulação que:

[...]

IV - direcione o usuário para acessar informações de quais as fontes de informação e os critérios utilizados para definição de público-alvo do conteúdo patrocinado; (BRASIL, 2020b)

Esse tipo de informação é essencial para que o usuário compreenda o processo de perfilamento ao qual foi submetido e como esse processo atende aos interesses econômicos da aplicação de internet. A transparência em relação às fontes de dados e aos critérios de segmentação permite que os usuários estejam cientes de como suas informações pessoais são utilizadas para moldar o conteúdo

que recebem, promovendo uma maior compreensão e controle sobre sua própria experiência digital.

Outro artigo interessante dessa mesma seção, o artigo 23 (BRASIL, 2020b) obrigaria as redes sociais a tornarem públicos os dados relativos ao impulsionamento de conteúdos relacionados a temas sociais, políticos e eleitorais. Essa transparência permite que os usuários e as autoridades monitorem e analisem como informações influentes são promovidas e disseminadas nas plataformas digitais. Ao revelar esses dados, pode-se identificar possíveis manipulações e influências indevidas, garantindo que o debate público se mantenha justo e equilibrado. Além disso, a medida fortalece a confiança do público nas plataformas, promovendo um ambiente mais transparente e responsável no uso das redes sociais para a comunicação de questões de grande relevância social.

Em contraponto a essas propostas, o PL que segue em tramitação na Câmara dos Deputados (BRASIL, 2020a), condensa os capítulos II e III da proposta do senado em apenas um capítulo, o capítulo II (Da responsabilidade e da transparência no uso de redes sociais e de serviços de mensageria privada).

As disposições gerais deste capítulo, artigo 6 do projeto de lei que está em tramitação na câmara dos deputados, apresenta vedamentos contra contas inautênticas, tais quais os apresentados no artigo 5 do projeto aprovado pelo senado. Um ponto adicional deste artigo diz respeito ao parágrafo 5 do artigo 6, o qual propõe que as aplicações de internet devem limitar o número de contas controladas pelo usuário, em nossa análise, vê-se nisso mais uma tentativa de minar a criação de contas inautênticas.

A Seção II (Do Cadastro de Contas) do Projeto de Lei em tramitação na Câmara dos Deputados (BRASIL, 2020a) apresenta duas propostas. A primeira, disposta no artigo 7, refere-se aos provedores de aplicações para internet e serviços de mensageria privada, permitindo-lhes solicitar a validação cadastral do usuário, inclusive mediante a apresentação de documento com foto. O artigo 8 propõe que, no caso de usuários de serviços de mensageria privada vinculados exclusivamente ao número de celular, se esse número for suspenso pela companhia telefônica, o serviço de mensageria privada também deve suspender a conta do usuário em sua aplicação.

Já na Seção III (Dos Serviços de Mensageria Privada) (BRASIL, 2020a), os artigos de 9 a 11 apresentam propostas similares às apresentadas no capítulo II do

projeto aprovado no Senado. No tocante à limitação de encaminhamento de mensagens por usuário, a proposta que está em tramitação na Câmara dos Deputados (BRASIL, 2020a) aparenta ser mais branda, haja vista que não propõe um limite de encaminhamento, menos ainda um valor máximo de usuários por grupo, mas exige que as aplicações de mensageria criem limites para tais situações.

O artigo 10 (BRASIL, 2020a) desta mesma seção regulamenta que as empresas de mensageria privada devem armazenar, pelo prazo de três meses, dados relativos às mensagens de compartilhamento em massa, resguardando a privacidade do conteúdo das mensagens. O artigo define mensagens de compartilhamento em massa como aquelas encaminhadas por mais de cinco usuários no prazo de 15 dias e que alcancem mais de 1000 destinatários. Em nossa análise, esse artigo apresenta certa vaguidade, pois não especifica claramente quais dados devem ser armazenados, deixando margem para interpretações variadas e possivelmente insuficientes para a efetiva fiscalização e controle.

A Seção IV (Dos Procedimentos de Moderação) (BRASIL, 2020a) tratará da mesma temática que a Seção III (Das Medidas Contra a Desinformação) do projeto aprovado no Senado, sendo assim, conforme já dito anteriormente, delinearemos essa análise na próxima Seção.

No projeto que está em tramitação na Câmara dos Deputados (BRASIL, 2020a), a Seção V (Da Transparência) apresenta duas subseções: uma dedicada aos relatórios que deverão ser produzidos pelas empresas e uma voltada aos procedimentos de impulsionamento de publicidade.

Ao passo que na proposta aprovada pelo Senado (BRASIL, 2020b), apresentavam-se, nos artigos 6 e 7, doze pontos que deveriam ser contemplados pelos relatórios, o projeto que está em tramitação na Câmara dos Deputados apresenta dez exigências para os relatórios, o que por sua vez não as distancia uma da outra, haja vista que as propostas são similares, com pequenas alterações que não impactam o teor central dos relatórios.

Em nossa análise a proposta aprovada no Senado (BRASIL, 2020b) é mais detalhada e específica, oferecendo uma atualização mais frequente e uma análise mais granular dos dados, conforme disposto no artigo 6. Nesse mesmo artigo, o inciso IV e o inciso VII do artigo 7 também promovem uma comparação internacional das métricas de moderação e estes mesmo artigos incluem detalhes específicos sobre conteúdos patrocinados. A proposta que está em tramitação na

Câmara dos Deputados (BRASIL, 2020a), por outro lado, apresenta uma visão abrangente e enfatiza a transparência e a acessibilidade dos dados, mas poderia se beneficiar de uma maior especificidade e atualização mais frequente dos dados.

A Subseção II, do PL que está em tramitação na Câmara dos deputados (BRASIL, 2020a), versa especificamente sobre os impulsionamentos de publicidade. Diferentemente da proposta aprovada no Senado (BRASIL, 2020b), o PL que está na Câmara dos Deputados (BRASIL, 2020a) apresenta um tópico específico a impulsionamentos de campanhas eleitorais.

O artigo 19 da proposta aprovada pelo Senado (BRASIL, 2020b) exige que os provedores de aplicações para internet, propiciem em meio destacado e fácil acesso para o usuário, um histórico ao qual ele possa visualizar quais foram os conteúdos patrocinados que teve contato no últimos 6 meses, essa perspectiva também se encontra contemplada na proposta da Câmara dos Deputados (BRASIL, 2020a) com uma pequena alteração, essa proposta não exige mais que essas informações estejam disponíveis em meios destacados e de fácil acesso nas plataformas. Em nossa análise isso é um problema pois permitiria as plataformas dificultarem o acesso a essa informação.

O artigo 20 da proposta do Senado (BRASIL, 2020b), que estabelecia a exigência de rotulação dos conteúdos patrocinados e mecanismos para identificar o patrocinador do conteúdo, bem como fornecer informações sobre as fontes de dados e critérios utilizados para a definição do público-alvo, foi alterado. Na proposta da Câmara dos Deputados (BRASIL, 2020a), ainda permanece a exigência de identificar os conteúdos impulsionados e publicitários, mas não há mais a garantia ao usuário de acesso aos critérios utilizados para a definição do público-alvo, nem a identificação dos patrocinadores de conteúdo pago, exceto nos casos de propaganda eleitoral.

Essa mesma Subseção apresenta uma controvérsia, ao passo que o artigo 14, inciso II dispõe meios para que o usuário pudesse encontrar meios de acessar informações de contato da conta responsável pelo impulsionamento, o parágrafo único do artigo 17 garante o sigilo no nome e identidade de quem impulsiona conteúdo na internet, conforme o Projeto de Lei (BRASIL, 2020a):

Art. 14. Os provedores de redes sociais devem identificar todos os conteúdos impulsionados e publicitários, de modo que:

I – identifique a conta responsável pelo impulsionamento ou anunciante; e

II – permita ao usuário acessar informações de contato da conta responsável pelo impulsionamento ou o anunciante.

[...]

Art. 17. Os provedores de redes sociais devem requerer dos anunciantes e responsáveis pelas contas que impulsionam conteúdos que confirmem sua identificação, inclusive por meio da apresentação de documento de identidade válido.

Parágrafo único. O nome e a identidade do contratante de impulsionamento ou publicidade devem ser mantidos em sigilo pelos provedores de aplicação, podendo ser exigíveis por ordem judicial nos termos do art. 22 da Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014 (Marco Civil da Internet). (BRASIL, 2020a)

Essas novas disposições no projeto em tramitação na Câmara dos Deputados (BRASIL, 2020a) preservam a privacidade e o anonimato dos anunciantes, mas comprometem a autonomia do usuário ao impedir que ele reconheça quais conteúdos lhe são direcionados por meio de propagandas e anúncios. A falta de transparência sobre os critérios de segmentação e a identidade dos patrocinadores reduz a capacidade dos usuários de entenderem e controlarem a influência que a publicidade exerce sobre eles, dificultando a formação de uma visão crítica e informada acerca das informações que consomem. O que por sua vez pode prejudicar diretamente o reconhecimento do usuário acerca dos conteúdos desinformativos na internet.

Por fim, um ponto importante desta Subseção da proposta da Câmara dos Deputados (BRASIL, 2020a) diz respeito ao conteúdo eleitoral. Ao passo que a proposta é mais branda, quando comparada com a proposta do Senado, com relação aos conteúdos patrocinados, ela torna-se mais rígida no tocante a conteúdos eleitorais, pois todas as exigências que anteriormente se aplicavam a todos os conteúdos patrocinados, agora aplicam-se somente aos conteúdos eleitorais, conforme a letra da lei:

Art. 15. Os provedores de redes sociais que fornecerem impulsionamento de propaganda eleitoral ou de conteúdos que mencionem candidato, coligação ou partido devem disponibilizar ao público todo o conjunto de anúncios para efeito de checagem pela Justiça Eleitoral e outros fins, incluindo:

I – valor total gasto pelo candidato, partido ou coligação para realização de propaganda na internet por meio de impulsionamento de conteúdo no respectivo provedor de aplicação;

II – identificação do anunciante, por meio do número de inscrição no Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica (CNPJ) ou no Cadastro de Pessoas Físicas (CPF) do responsável pela contratação do impulsionamento;

III – tempo de veiculação;

IV – identificação de que o conteúdo se relaciona a propaganda eleitoral, nos termos do art. 57-C da Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997 (Lei das Eleições); e

V – características gerais da audiência contratada. (BRASIL, 2020a)

Assim, ao analisar todos os pontos constantes no Projeto de Lei em ambas as casas legislativas e considerando a temática que pode influenciar o processo de formação de bolhas e a disseminação de notícias falsas, verifica-se que a proposta do Senado Federal (BRASIL, 2020b) apresenta mais recursos que garantem a autonomia do usuário em reconhecer quais conteúdos são patrocinados e quem são seus patrocinadores.

Além disso, a proposta do Senado (BRASIL, 2020b) impõe limitações ao compartilhamento de mensagens em aplicativos de mensageria privada, medidas que não estão presentes no projeto de lei em tramitação na Câmara dos Deputados. Outro ponto de destaque diz respeito aos relatórios que devem ser emitidos pelas empresas; a proposta da Câmara dos Deputados (BRASIL, 2020a) é mais branda quanto às informações que devem ser incluídas nesses relatórios.

Por essas razões, a proposta do Senado (BRASIL, 2020b) se mostra mais assertiva, pois garante mais direitos e informações essenciais para a autonomia do usuário na rede, bem como garante ao estado maior poder de fiscalização das empresas. Todavia, ao contrapor essas análises com as considerações tecidas no capítulo anterior acerca do processo de formação de bolhas, verifica-se que nenhuma das duas propostas atacam diretamente a característica que produz as bolhas de informação.

Conforme debatido no capítulo anterior, a partir das leituras de Marinho et al. (2019), Ferreira (2020), Fornasier e Beck (2020), Das, Sahoo e Datta (2017), Gillespie (2018), Valente (2019), Guedes (2017), Niedzeilski e Kornalewski (2023) e Kaufman e Santaella (2020), verificou-se que é devido ao processo de perfilamento dos usuários que as plataformas conseguem direcionar conteúdos e que é por meio deste direcionamento que as bolhas de informação surgem, bem como é a partir deste perfilamento que as fake news tornaram-se mais fáceis de serem disseminadas.

Nesse sentido, nenhuma das propostas do PL N ° 2630 (BRASIL, 2020a, 2020b) atinge diretamente a característica do perfilamento pelas plataformas. O mais próximo que se chega disso é no projeto aprovado pelo Senado (BRASIL, 2020b) , no qual, no Inciso IV do artigo 19, garante ao usuário o direito de reconhecer quais são os critérios e dados utilizados para a definição de público alvo de conteúdo patrocinado, porém isso não é suficiente para minar todo o processo de formação de bolhas.

Portanto, com base nesta análise, sugere-se que o PL N ° 2630 (BRASIL, 2020a, 2020b) inclua um capítulo que limite o perfilamento de usuários, especialmente em questões relacionadas a perfis político-partidários. Conforme discutido no capítulo sobre fake news, essa prática é uma das características que facilitam a disseminação de informações falsas, pois permitem criar desinformações específicas para um grupo para desencadear comportamentos desejados. Implementar tais limitações contribuiria para reduzir a formação de bolhas de informação e mitigar os impactos negativos da desinformação no ambiente digital, bem como salvaguardaria os direitos políticos de todos os usuários da rede.

### **3.2.4 A abordagem da desinformação e fake news proposta pela lei**

A compreensão da verdade, conforme apontado no primeiro capítulo deste trabalho, é um trabalho árduo de ser conduzido. Ao longo do capítulo teórico, buscou-se delinear uma perspectiva da verdade como prática de linguagem, sob a luz dos teóricos Camargo (2008), Moreira (2013), Nietzsche (2008), Charaudeau (2020, 2022), Santaella (2021), Alves e Pizzi (2014), Foucault (2013, 2017, 2019) e Cordeiro ([s. d.]).

Ao entender a verdade sob essa ótica, compreende-se que como ato de linguagem, o sentido de verdade é subjetivo a cada indivíduo, o que cada um compreende como verdade decorre das relações históricas, sociais e linguísticas nas quais o sujeito foi submetido ao longo da sua vida.

A partir dessa ótica, buscamos sustentar na segunda seção do primeiro capítulo que a aceitação de uma notícia como verdadeira não está atrelada incondicionalmente à comprovação empírica dos fatos narrados. O que a pós-verdade tem demonstrado é que as redes sociais tornaram os indivíduos mais propensos a buscarem e aceitarem apenas as informações que condizem com suas perspectivas de mundo como verdadeiras.

Embora o PL N ° 2630 (BRASIL, 2020a, 2020b) não adote diretamente o termo "verdade", entendeu-se na presente análise que este termo está subentendido no projeto. Toda definição não define apenas o que se é, mas também o que não é. Ao conceituar algo estamos ao mesmo tempo definindo o seu contrário, estamos delimitando o espaço do que é e pode ser o sentido de uma palavra e o que não é e não pode ser.

Nessa ótica, apesar de o PL N ° 2630 (BRASIL, 2020a, 2020b) não abordar propriamente o termo "verdade" em nenhuma de suas propostas, este defende um sentido de verdade ao definir e utilizar o termo desinformação<sup>20</sup>, pois a partir disso o PL N ° 2630 (BRASIL, 2020a, 2020b) trata de uma dialogia de discursos: um real, informativo, verdadeiro e que portanto passível de ser circulado nas redes sociais, enquanto o outro enganoso, desinformativo, falso e que deve ser coibido e eliminado das plataformas.

Partindo dessa análise, indagou-se a quais preceitos históricos, sociais e linguísticos o sentido de desinformação, e portanto a própria compreensão de verdade e inverdade o PL N ° 2630 (BRASIL, 2020a, 2020b) pretende defender. Ao analisar ambas propostas do PL N ° 2630 (BRASIL, 2020a, 2020b), notou-se uma peculiaridade, enquanto a proposta do Senado apresenta uma desinformação, a da Câmara dos Deputados não a define.

No inciso II do 4º parágrafo do PL aprovado no Senado (BRASIL, 2020b) consta-se a seguinte definição de desinformação:

---

<sup>20</sup> No PL o termo desinformação é um termo guarda-chuva, que abarca tanto a prática de descontextualizar informações verdadeiras como criar informações sabidamente falsas.

II - desinformação: conteúdo, em parte ou no todo, inequivocamente falso ou enganoso, passível de verificação, colocado fora de contexto, manipulado ou forjado, com potencial de causar danos individuais ou coletivos, ressalvado o ânimo humorístico ou de paródia. (BRASIL, 2020b)

O primeiro apontamento relaciona-se ao PL (BRASIL, 2020b) ter condensado no termo "desinformação" as noções de desinformação e notícias falsas. A segunda análise direciona-se a questionar o enunciador, o analista desde conteúdo, a atrelar o pronome "Quem?" à desinformação, a questionar "desinformação para quem?".

Se a análise acerca do sentido de verdade estiver precisa, uma legislação que dê poderes ao governo de atuar diretamente sob o tipo de discurso que pode e não pode ser circulado, uma legislação que autorize um órgão a definir qual discurso é verdade portanto pode ser difundido, ao passo em que o outro deve ser podado, silenciado é potencialmente perigosa, uma vez que em casos extremos esse mesmo regulamento pode ser utilizado como uma ferramenta de censura.

A proposta aprovada pelo Senado (BRASIL, 2020b) é a única a apresentar tal definição. A proposta que está em tramitação na Câmara dos Deputados (BRASIL, 2020a) direciona que será responsabilidade das plataformas coibirem conteúdos desinformativos e será competência do Conselho de Transparência e Responsabilidade na Internet fiscalizar a atuação das plataformas perante ao PL, analisar os dados obtidos pelos relatórios, avaliar os procedimentos de moderação adotados pelos provedores e promover estudos e debates para aprofundar o entendimento sobre desinformação, e o seu combate, no contexto da internet e das redes sociais.

A proposta da Câmara dos Deputados (BRASIL, 2020a) também define que o conselho será composto por 21 conselheiros, com mandato de 2 anos, admitida 1 recondução, sendo eles:

- I – 1 (um) representante do Senado Federal;
- II – 1 (um) representante da Câmara dos Deputados;
- III – 1 (um) representante do Conselho Nacional de Justiça;
- IV – 1 (um) representante do Conselho Nacional do Ministério Público;
- V – 1 (um) representante do Comitê Gestor da Internet no Brasil;
- VI – 5 (cinco) representantes da sociedade civil;
- VII – 2 (dois) representantes da academia e comunidade técnica;
- VIII – 2 (dois) representantes dos provedores de acesso, aplicações e conteúdo da internet;
- IX – 2 (dois) representantes do setor de comunicação social;
- X – 1 (um) representante do setor de telecomunicações;
- XI – 1 (um) representante do Conselho Nacional dos Chefes de Polícia Civil;
- XII – 1 (um) representante do Departamento de Polícia Federal;
- XIII – 1 (um) representante da Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel); e
- XIV – 1 (um) representante do Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária (Conar). (BRASIL, 2020a)

Apesar disso, a proposta não define quem realizará a indicação de tais membros, apenas define que tais sujeitos deverão ser aprovados pelo congresso nacional. De acordo com a presente análise do PL (BRASIL, 2020a), seria na elaboração do regimento interno que os membros do conselho definiriam quem realizaria a indicação dos mesmos. Não obstante da proposta da Câmara dos Deputados (BRASIL, 2020a) propor o conselho, não há garantias que esse mesmo conselho tornar-se-á sujeito aos interesses de um governo autocrático.

Portanto, é evidente que esse ponto específico do Projeto de Lei é problemático (BRASIL, 2020a, 2020b) e requer uma análise mais profunda e um debate ampliado antes de sua aprovação. Tal cuidado é essencial para minimizar os riscos de ataques às liberdades individuais e garantir que a legislação seja justa e equilibrada. Haja vista que, conforme debatido no primeiro capítulo, a verdade não é universal a todos, a verdade é um sentido construído por cada indivíduo, logo a

verdade é múltipla e eleger, ou dar poder a uma empresa ou governo escolher qual discurso é mais verdadeiro que outro é um tanto arriscado aos preceitos democráticos.

## Conclusões

Conforme explicado ao longo desta pesquisa, a internet desempenha um papel crucial na vida humana; ela revolucionou nossos meios de comunicação ao conectar todas, ou quase todas, as fontes de informação, o que nos possibilita uma comunicação rápida e instantânea.

A tecnologia relacionada à internet também se desenvolveu de forma exponencial; em menos de cem anos, saímos de um computador do tamanho de uma sala inteira e com o qual era possível realizar apenas pequenos cálculos matemáticos, para um aparelho que cabe na palma de nossa mão e que se tornou essencial para a vida contemporânea.

Todavia, esse desenvolvimento não foi acompanhado pela legislação brasileira, apenas há 10 anos tivemos promulgada a primeira legislação dedicada exclusivamente a regulamentar o uso da internet no Brasil.

Dentre a profusão de revoluções que a internet providenciou, buscou-se nesta pesquisa analisar uma revolução linguística e social, que por meio das fake news, pôs em xeque o debate da verdade e futuro das democracias. Entendeu-se ao longo deste trabalho uma perspectiva linguística da verdade, compreendeu-se que a verdade é fruto de uma interpretação, um ato de linguagem, e como tal, é subjetiva.

Nesse sentido, compreender uma notícia, ao longo desta pesquisa, implicou reconhecê-la também como fruto de um intercâmbio discursivo, onde o enunciador tenta informar algo que precisa ser aceito pelo leitor como verdade, factível.

Nessa mesma ótica, buscou-se demonstrar que graças à revolução da internet, terabytes de informação são gerados diariamente, de modo que se tornaria impossível somente por ação humana filtrar e selecionar quais informações são adequadas a cada indivíduo. Para isso criou-se os algoritmos de recomendação.

Todavia, esses mesmos algoritmos que solucionam a problemática do filtro de informação, pela mesma razão tornaram-se ameaçadores. Tais ferramentas são utilizadas como mecanismos de ganho financeiro, uma vez que podem, por meio de patrocínio, direcionar conteúdos, informações e produtos.

Ao contrapor essa perspectiva, com a ótica da produção de bolhas de informação nas redes sociais e associar essa perspectiva com a capacidade de direcionamento de fake news, percebe-se um cenário ameaçador às democracias,

tanto que diversos países estão tentando desenvolver legislações que diminuam os impactos negativos dos algoritmos e das redes sociais.

Nesse sentido, a proposta que está em tramitação no governo brasileiro (o PL 2630 (BRASIL, 2020a, 2020b)) é imprescindível, pois ela tem o potencial de solucionar a problemática da ameaça à democracia perante as fake news que.

Todavia, conforme demonstrado em nossa análise, existe uma linha tênue entre limitar o compartilhamento de fake news e limitar a liberdade de expressão. Nesse quesito, compreendeu-se que PL N 2630 (BRASIL, 2020a, 2020b) apresenta riscos ao tentar discernir um discurso verdadeiro, e que portanto pode ser veiculado nas plataformas, e um discurso falso, que deve ser silenciado.

É importante alertar que a proposta do PL N 2630 (BRASIL, 2020a, 2020b) apresenta grandes contribuições para a legislação brasileira, uma vez que procura dar poder jurídico ao estado de agir sobre as plataformas (big techs). Não obstante, o poder de fiscalização acerca da moderação de conteúdos das plataformas é essencial para garantir a estabilidade da soberania nacional no país, uma vez que o governo teria mecanismos para fiscalizar a ação das empresas. Ainda ressaltamos a necessidade, tal qual apresentada pelo PL (BRASIL, 2020a, 2020b), a autenticidade do usuário ao criar uma conta nas plataformas, como por exemplo, exigir a comprovação, via documento oficial, da existência do indivíduo.

As propostas apresentadas pelo para diminuir o compartilhamento de conteúdos falsos são válidas, no tocante a conseguir limitar a propagação de (des)informações. A única ressalva feita nesta análise é no tocante a subjetividade de quem discernir informações verdadeiras e informações falsas.

É importante destacar que esta análise não pretende direcionar que o PL (BRASIL, 2020a, 2020b) será utilizado como ferramenta de censura, apenas alertamos para essa possibilidade, pois conforme a leitura realizada de Foucault (2013, 2017, 2019), Nietzsche (2008) e Charaudeau (2020) a verdade é uma questão de interpretação, logo, partindo da possibilidade de o PL ser aprovado na forma que está, caberá a subjetividade de um órgão ou indivíduo discernir o que é informação verdadeira ou falsa, o que também abre pressuposto para uma análise tendenciosa ou mal intencionada.

Diante isso, como encaminhamento, apresentamos que ao invés de tentar limitar a propagação de notícias falsas, e assim correr o risco de se desenvolver um

mecanismo de censura, sugere-se que o PL Nº 2630 (BRASIL, 2020a, 2020b) atinja diretamente a ferramenta que possibilita o direcionamento de conteúdos.

Em análise, o PL (BRASIL, 2020a, 2020b) pode, por exemplo, proibir o perfilamento de usuários no tocante a: interesses políticos e partidários; opinião quanto a temas sensíveis da sociedade, como legalização da pena de morte, porte de armas, legalização do aborto e legalização de drogas.

Vê-se nessa análise, que ao adotar tal ferramenta, o PL (BRASIL, 2020a, 2020b) atingirá uma das maiores ferramentas das fake news, o direcionamento de conteúdo, haja vista sujeitos mal-intencionados já não conseguirão, nessa proposta, criar e direcionar informações falsas de acordo com o perfil político do usuário.

Outra proposta também é que o PL inclua um artigo similar ao Decreto nº 52.795, de 31 de outubro de 1963, que regulamenta os Serviços de Radiodifusão (BRASIL, 1963). Tal legislação (BRASIL, 1963) em seu artigo 67 exige que no mínimo 5% da programação dos veículos de comunicação do país sejam direcionados a disseminar informações noticiosas. Nessa ótica, o PL poderia por exemplo exigir que a cada 50 publicações vistas pelo usuário, 1 fosse de conteúdo noticioso publicado pelos órgãos de imprensa do país.

Portanto, o Projeto de Lei N 2630 (BRASIL, 2020a, 2020b) é algo essencial para o desenvolvimento do país, o governo brasileiro precisa desenvolver mais estratégias jurídicas para assegurar os direitos e deveres dos cidadãos na internet, todavia alerta-se também para a necessidade de se debater as propostas e buscar mecanismos que garantam a isonomia de tratamento dos usuários na internet.

## Referências

ALVES, Julia Mayra Duarte; PIZZI, Laura Cristina Vieira. ANÁLISE DO DISCURSO EM FOUCAULT E O PAPEL DOS ENUNCIADOS: PESQUISAR SUBJETIVIDADES NAS ESCOLAS. **Revista Temas em Educação**, [s. l.], v. 23, n. 1, p. 81–94, 2014.

AMATO, Fábio; CAMARGO, Isabela; RODRIGUES, Mateus. **Governo manda Google sinalizar como “publicidade” material feito pela empresa contra PL das Fake News**. [S. l.], 2023. Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/noticia/2023/05/02/governo-manda-google-sinalizar-com-o-publicidade-material-feito-pela-empresa-contra-pl-das-fake-news.ghtml>. Acesso em: 7 mar. 2024.

BARAD, Karen. Posthumanist Performativity: Toward an Understanding of How Matter Comes to Matter. **Signs: Journal of Women in Culture and Society**, [s. l.], v. 28, n. 3, p. 801–831, 2003.

BAUMAN, Zygmunt. **Amor líquido: sobre a fragilidade dos laços humanos**. Rio de Janeiro: Zahar, 2004.

BECKER, Beatriz; GOES, Francisco Moratorio de Araujo. FAKE NEWS: uma definição possível entre a reflexão crítica e a experiência jornalística. [s. l.], v. 7, p. 34–53, 2020.

BRAGA, Renê Moraes da Costa. A indústria das fake news e o discurso de ódio. [s. l.], 2018. Disponível em: <http://bibliotecadigital.tse.jus.br/xmlui/handle/bdtse/4813>. Acesso em: 13 fev. 2024.

BRASIL. **Lei Geral de Proteção de Dados**. 14 ago. 2018. Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2011-2014/2014/lei/l12965.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/l12965.htm). Acesso em: 7 mar. 2024.

BRASIL. **Marco Civil da Internet**. 23 abr. 2014. Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_Ato2015-2018/2018/Lei/L13709.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2015-2018/2018/Lei/L13709.htm). Acesso em: 7 mar. 2024.

BRASIL. Câmara dos Deputados. **Projeto de Lei nº 2630, de 2020**. Institui a Lei Brasileira de Liberdade, Responsabilidade e Transparência na Internet. 2020a. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=2256735>.

BRASIL. Senado Federal. **Projeto de Lei nº 2630, de 2020**. Institui a Lei Brasileira de Liberdade, Responsabilidade e Transparência na Internet. 2020b. Disponível em: <https://www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/materia/141944>.

BRASIL. Regulamento dos Serviços de Radiodifusão. **Decreto**, n. 52795, 31 out. 1963. Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/decreto/antigos/d52795.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/antigos/d52795.htm).

BRESSAN, Renato Teixeira. Dilemas da rede: Web 2.0, conceitos, tecnologias e modificações. **Anagrama**, [s. l.], v. 1, n. 2, p. 1–13, 2007.

BUZATO, Marcelo El Khouri. Letramentos em rede: textos, máquinas, sujeitos e saberes em translação. **Revista Brasileira de Linguística Aplicada**, [s. l.], v. 12, p. 783–810, 2012.

CAMARGO, Gustavo Arantes. Sobre o conceito de verdade em Nietzsche. [s. l.], p. 93–112, 2008.

CAVALCANTI, Marilda C. A propósito de linguística aplicada. **Trabalhos em Linguística Aplicada**, [s. l.], v. 7, 1986. Disponível em: <https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/tla/article/view/8639020>. Acesso em: 19 abr. 2024.

CHARAUDEAU, Patrick. **A conquista da opinião pública: como o discurso manipula as escolhas políticas**. São Paulo: Contexto, 2020.

CHARAUDEAU, Patrick. **A manipulação da verdade: do triunfo da negação às sombras da pós-verdade**. São Paulo: Contexto, 2022.

CORDEIRO, Edmundo. Foucault e a existência do discurso. [s. l.],

CRUZ, Carlos Eduardo Henrique. **VIDEOGAMES POR UMA ÓTICA PÓS-HUMANISTA DE LINGUAGEM**. 2021. 55 f. Trabalho de Conclusão de Curso - Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Aquidauana, 2021.

D'ANCONA, Matthew. **Pós-Verdade**. 1. ed. Barueri: Faro Editorial, 2018.

DAS, Debashis; SAHOO, Laxman; DATTA, Sujoy. A Survey on Recommendation System. **International Journal of Computer Applications**, [s. l.], v. 160, p. 6–10, 2017.

DE FREITAS, Elizabeth; CURINGA, Matthew X. New materialist approaches to the study of language and identity: Assembling the posthuman subject. **Curriculum Inquiry**, [s. l.], v. 45, n. 3, p. 249–265, 2015.

EPSTEIN, I. Quando Um Fato se Transforma em Notícia no Jornalismo e na Ciência. **Comunicação & Sociedade**, [s. l.], v. 28, n. 47, p. 159–179, 2007.

FERREIRA, Tiago Moraes. UM SISTEMA DE RECOMENDAÇÃO PARA USUÁRIOS DAS PLATAFORMAS DE CROWDSOURCING. [s. l.], 2020.

FORNASIER, Mateus de Oliveira; BECK, Cesar. CAMBRIDGE ANALYTICA: ESCÂNDALO, LEGADO E POSSÍVEIS FUTUROS PARA A DEMOCRACIA. **Revista Direito em Debate**, [s. l.], v. 29, n. 53, p. 182–195, 2020.

FOUCAULT, Michel. **A arqueologia do saber**. 7. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2008.

FOUCAULT, Michel. **A microfísica do poder**. 5 ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2017.

FOUCAULT, Michel. **A ordem do discurso**. São Paulo: Edições Loyola, 2019.

FOUCAULT, Michel. **A verdade e as formas jurídicas**. Rio de Janeiro: Nau, 2013.

GENESINI, Silvio. A pós-verdade é uma notícia falsa. **Revista USP**, [s. l.], n. 116, p.

45–58, 2018.

GILLESPIE, Tarleton. A relevância dos algoritmos. **Parágrafo**, [s. l.], v. 6, n. 1, p. 95–121, 2018.

GUEDES, Marcelo Santiago. Os impactos do efeito bolha causado pelos algoritmos do Facebook para o direito de resposta — Escola Superior do Ministério Público da União. [s. l.], n. 50, p. 67–85, 2017.

JAMIL, George Leal; NEVES, Jorge Tadeu de Ramos. A era da informação: considerações sobre o desenvolvimento das tecnologias da informação. **Perspectivas em Ciência da Informação**, [s. l.], v. 5, n. 1, 2000. Disponível em: <https://periodicos.ufmg.br/index.php/pci/article/view/23309>. Acesso em: 13 out. 2023.

KAUFMAN, Dora; SANTAELLA, Lucia. O papel dos algoritmos de inteligência artificial nas redes sociais. **Revista FAMECOS**, [s. l.], v. 27, n. 1, p. e34074–e34074, 2020.

KRITSCH, Raquel. Soberania, lei, vontade geral e autoridade legítima segundo Do contrato social de Jean-Jacques Rousseau. **Revista Espaço Acadêmico**, [s. l.], v. 10, 2011.

LOPES, Moita. Da aplicação de Linguística à Linguística Aplicada Indisciplinar. [s. l.], 2006.

LOPES, Luiz Paulo da Moita. Linguística Aplicada como lugar de construir verdades contingentes: sexualidades, ética e política. **Gragoatá**, [s. l.], v. 14, n. 27, 2009. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/gragoata/article/view/33105>. Acesso em: 19 abr. 2024.

MANOVICH, Lev. Banco de Dados. **Revista Eco-Pós**, [s. l.], v. 18, n. 1, p. 7–26, 2015.

MARINHO, Leonardo *et al.* Conceitos, Implementação e Dados Privados de Algoritmos de Recomendação. *In*: [S. l.: s. n.], 2019. p. 6–37.

MARQUES, José Oscar de Almeida. Paradoxo da Liberdade. [s. l.], v. 16, p. 99–114, 2010.

MESQUITA, Fernão Lara. A pós-verdade levará à pós-democracia? **Revista USP**, [s. l.], n. 116, p. 31–38, 2018.

MORAIS, Nídia Salomé; CRUZ, Manuel. Desinformação e fake news: estudo com alunos de comunicação de uma Instituição de Ensino Superior. **Mediapolis – Revista de Comunicação, Jornalismo e Espaço Público**, [s. l.], n. 11, p. 27–40, 2020.

MOREIRA, Fernando de Sá. Linguagem e verdade: A relação entre Schopenhauer e Nietzsche em Sobre verdade e mentira no sentido extramoral. [s. l.], p. 273–300, 2013.

NIEDZEILSKI, Débora; KORNALEWSKI, Alex Medeiros. Algoritmos de recomendação: do acesso à informação ao processo de restrição informacional?. **Brazilian Journal of Development**, [s. l.], v. 9, n. 6, p. 19736–19752, 2023.

NIETZSCHE, Friedrich. **Sobre verdade e mentira**. São Paulo: Hedra, 2008.

PLATÃO. **A República**. Especial. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2014.

RAIS, Diogo; FERNANDES NETO, Raimundo Augusto; CIDRÃO, Taís Vasconcelos. Psicologia política e as fake news nas eleições presidenciais de 2018. [s. l.], 2019. Disponível em: <http://bibliotecadigital.tse.jus.br/xmlui/handle/bdtse/5870>. Acesso em: 22 fev. 2024.

RODRIGUES, Jamerson. Evolução da Internet da Web 1.0 à Web 3.0. In: CANAL CULTE. 9 dez. 2022. Disponível em: <https://blog.culte.com.br/evolucao-da-internet-da-web-1-0-a-web-3-0/>. Acesso em: 11 out. 2023.

SANTAELLA, Lúcia. **A Pós Verdade é verdadeira ou falsa?** Barueri: Estação das Letras e Cores, 2019.

SANTAELLA, Lúcia. **De onde vem o poder da mentira?** Barueri: Estação das Letras e cores editora, 2021.

SCILESKI, Andrea; GUARESCHI, Neuza. Promete falar a verdade?. [s. l.], v. 2, n. 23, 2011.

SEIXAS, Rodrigo. A retórica da pós-verdade: o problema das convicções. **Revista Eletrônica de Estudos Integrados em Discurso e Argumentação**, [s. l.], 2019. Disponível em: <https://periodicos.uesc.br/index.php/eidea/article/view/2197>. Acesso em: 31 ago. 2023.

SILVA, Marcos. A forma como trama no horizonte da desinformação: Pressupostos e hipóteses sobre a disseminação de informações não-jornalísticas de expressão noticiosa. **Razón y Palabra**, [s. l.], v. 26, p. 276, 2022.

SILVA, Marcos. Como os acontecimentos se tornam notícia: uma revisão do conceito de noticiabilidade a partir das contribuições discursivas DOI:10.5007/1984-6924.2010v7n1p173. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, [s. l.], v. 7, 2010.

SPINELLI, Egle Müller; SANTOS, Jéssica de Almeida. JORNALISMO NA ERA DA PÓS-VERDADE: fact-checking como ferramenta de combate às fake news. **Revista Observatório**, [s. l.], v. 4, n. 3, p. 759–782, 2018.

TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL. **RESOLUÇÃO Nº 23.732, DE 27 DE FEVEREIRO DE 2024**. 2024. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/legislacao/compilada/res/2019/resolucao-no-23-610-de-18-de-dezembro-de-2019>. Acesso em: 7 mar. 2024.

VALENTE, Jonas Chagas Lúcio. Algoritmos e Sites de Redes Sociais: uma discussão crítica sobre o caso do Facebook. **Pós - Revista Brasileira de Pós-Graduação em Ciências Sociais**, [s. l.], v. 14, n. 2, 2019. Disponível em: <https://periodicos.unb.br/index.php/revistapos/article/view/26491>. Acesso em: 19 out. 2023.

VIEIRA, Lúvia; AQUINO, Sibebe; LINS, Samuel. **O que é notícia? Definições que emergem da audiência**. [S. l.: s. n.], 2020.

VYGOTSKY, Lev Semenovich. **Pensamento e linguagem.** São Paulo: Martins Fontes, 1991.

## **Anexos**