

## **Regulações das mídias digitais: paralelo entre o contexto da Televisão e da Internet à luz do Mapa das Mediações de Martín-Barbero**

Yasmin Ribeiro Fernandes de CABEDO<sup>1</sup>  
Laura Vilela Rodrigues REZENDE<sup>2</sup>  
Universidade Federal de Goiás, Goiânia, GO

### **RESUMO**

A teoria das mediações de Jesús Martín-Barbero (1997) preconiza que a recepção dos conteúdos midiáticos é feita por meio de mediações de práticas de rotinas inseridas dentro do contexto social e cultural do sujeito. A produção de sentidos de um sujeito é multidimensional, assim como a comunicação. Uma das mediações importantes ocorre por meio do fluxo informacional e pelo tempo em que o sujeito está inserido. Barbero analisa a recepção e o mapa mediador dos sujeitos pela televisão, que no Brasil, especificamente, é regulada pela Lei Geral das Telecomunicações, por ser um meio de comunicação de alto interesse civil. Como os sujeitos também são frutos do seu tempo, o desafio vivenciado pela atualidade é a regulação da internet, um canal de comunicação mais dinâmico, multidirecional, em constante mutação e, de certa forma, de difícil caracterização por sua dinamicidade. No Brasil, desde 2014 está em vigor a lei do Marco Civil da Internet (lei 12965) e em 2018 foi aprovada a Lei Geral de Proteção de Dados (lei 13709). Embora seja possível considerar que tais normativas trouxeram grande avanço em relação à regulação do ambiente digital da Internet praticado no contexto brasileiro, as constantes atualizações do *modus operandi* dos players envolvidos, em especial pelo modelo de negócios das empresas chamada *Big Techs* que detém as principais mídias sociais existentes, trazem desafios para os usuários e a sociedade. Com isso, a chegada do Projeto de Lei (PL) 2630, que busca estabelecer normas, diretrizes e mecanismos de transparência para empresas provedoras de redes sociais e mecanismos de mensagens em termos de conteúdo, algoritmos e transparência, tem trazido à tona discussões em torno da liberdade de expressão, acesso livre aos dados, bem como do resguardo do bem-estar civil. Neste artigo buscaremos apresentar um paralelo entre os mecanismos regulatórios das mídias como televisão e rádio e a proposta de regulação do PL 2630 tendo como embasamento teórico a teoria das mediações de Barbero (1997)..

**PALAVRAS-CHAVE:** PL 2630, mapa das mediações, regulação da internet, big techs, estudos culturais

### **INTRODUÇÃO**

Exponente em estudos culturais contemporâneos e referência em estudos de recepção, em especial sobre conteúdos televisivos na América Latina, Jesús Martín-Barbero contribuiu de forma significativa para pensar a recepção para além de uma etapa do processo de comunicação. Buscando romper com um modelo hegemônico, um modelo mecânico onde

---

<sup>1</sup> Mestranda em Mídia e Informação pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da FIC-UFG, email: [yasmincabedo@gmail.com](mailto:yasmincabedo@gmail.com)

<sup>2</sup> Orientadora do trabalho. Professor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da FIC-UFG, email: [laura\\_rezende@ufg.br](mailto:laura_rezende@ufg.br)

“não há nem verdadeiros atores nem verdadeiros intercâmbios” (BARBERO, 1995) na qual “a iniciativa da atividade comunicativa está toda colocada no lado do emissor, enquanto do lado do receptor a única possibilidade seria reagir aos estímulos que lhe envia o emissor” (BARBERO, 1995), o autor propõe repensar o papel de “vítima” do receptor e entendê-lo como produtor de sentido e significados a partir da mensagem enviada pelos meios de comunicação, em específico nos seus estudos, a televisão. Barbero pensa em um verdadeiro mapa de mediações que o agora não apenas receptor, pois a palavra implica passividade, mas sim sujeito que recebe a mensagem estando implicado pelo seu tempo histórico, cultura, espaço, fluxo informacional e ritualidade e como esses aspectos influenciam na sua compreensão e significação da mensagem (BARBERO, 1997).

Assim, a teoria das mediações de Jesús Martín-Barbero (1997) preconiza que a recepção dos conteúdos midiáticos é feita por meio de mediações de práticas de rotinas inseridas dentro do contexto social e cultural do sujeito. A produção de sentidos de um sujeito é multidimensional, assim como a comunicação. Uma das mediações importantes ocorre por meio do fluxo informacional e pelo tempo em que o sujeito está inserido.

Barbero analisa a recepção e o mapa mediador dos sujeitos pela televisão, que no Brasil, especificamente, é regulada pela Lei Geral das Telecomunicações. Essa lei preconiza, entre vários aspectos, o “disciplinamento e a fiscalização da execução, comercialização e uso dos serviços e da implantação e funcionamento de redes de telecomunicações” (BRASIL, 1997) por conta do poder público por se tratar de uma rede de alto interesse civil. Para fins de fiscalização, foi criada a Anatel visando proporcionar ao cidadão acesso aos serviços de telecomunicações com padrões de qualidade e regularidade adequados, porém deixando a televisão aberta a cargo do Ministério das Comunicações e a exploração das concessões por parte de empresas ou grupos empresariais privados, que respondem pelos seus direitos e deveres.

Como mapeado por Barbero, os sujeitos também são frutos do seu tempo histórico, fluxo informacional e cotidianidade. Neste sentido, destaca-se o desafio vivenciado pela atualidade na regulação da internet, um meio de comunicação mais dinâmico que a televisão, multidirecional, em constante mutação e, de certa forma, de difícil caracterização visando seu entendimento e possibilidades de normatização. No Brasil, foi criada em 2014 a lei do Marco Civil da Internet (lei 12965) e em 2018 foi aprovada a Lei Geral de Proteção de Dados (13709). Embora seja possível considerar a relevância destas normativas em relação à regulação do ambiente digital da Internet no contexto brasileiro à sua época, ainda são muitos os desafios, ao considerar as constantes atualizações do *modus operandi* no ambiente digital,

em especial por conta do modelo de negócios das empresas chamada *Big Techs* que detém as principais mídias sociais existentes, que não são obrigadas a divulgar dados coletados em suas plataformas, softwares ou algoritmos e usam essa vantagem para explorar comercialmente o usuário (EVANGELISTA, 2018).

Com isso, o Projeto de Lei (PL) 2630, baseada na lei europeia Digital Services Act de 2020, que versa especialmente sobre a regulação de veiculação de conteúdos visando combater a a desinformação e melhorar a dinâmica das propagandas na internet, também busca estabelecer normas, diretrizes e mecanismos de transparência das empresas provedoras de mídias sociais e mecanismos de mensagens, e tem trazido à tona discussões em torno da liberdade de expressão, transparência nos algoritmos, bem como o resguardo do bem-estar civil.

Assim, neste artigo busca-se caracterizar, e realizar análises comparativas dos achados visando identificar semelhanças e diferenças entre os mecanismos regulatórios das mídias, tais como televisão e rádio e a proposta de regulação apresentada no PL 2630 buscando também entender como tais regulações dos processos moderadores podem interferir na apropriação da informação e pensamento crítico do indivíduo. Para tal, este artigo busca responder à seguinte pergunta: **Qual a importância de se regular as mídias sociais na internet a partir do PL 2630, visto que os meios de comunicação on-line exercem vital influência sobre a formação do indivíduo?**

Este trabalho tem como objetivo principal produzir um entendimento atual relevante sobre atualizações necessárias de mecanismos regulatórios já existentes diante dessas novas mídias mais complexas e ainda não reguladas, visto que, na era digital, a internet e seus meios de comunicação são indiscutivelmente parte intrínseca da vida de boa parte da sociedade e que hoje enfrenta desafios como por exemplo os algoritmos insondáveis das mídias que cruzam dados e antecipam em minúcias microscópicas o destino de bilhões de fregueses, como afirma Bucci (2021,p.20). Este mesmo autor ainda chama a atenção para o fato de que em relação à lógica de funcionamento das mídias praticada pelos conglomerados tecnológicos atuais que as detém, as *Big Techs*, as pessoas se encontram integralmente expostas aos algoritmos, tudo nelas é transparente, enquanto tudo nos algoritmos é opaco (BUCCI, 2021, p.20).

Como objetivos específicos o trabalho buscará traçar um paralelo entre a regulação da televisão e seus marcos regulatórios, com as devidas proporções e diferenças temporais, de formato, dentre outras, com o que há hoje de normatização relacionada com a internet, especialmente o PL 2630, buscando sinalizar possibilidades de movimentos que podem lidar

efetivamente com a gama de desafios apresentados. Parte-se da premissa de que a contribuição de Jesús Martín-Barbero para a compreensão da recepção de conteúdos midiáticos na América Latina nos leva a refletir sobre a importância da regulação das mídias digitais presentes na internet como meio de comunicação destacando a proposta do PL 2630 permitindo compreender as necessidades e desafios relacionados ao modus operandi presente no ambiente digital. Por meio desta compreensão, pode-se buscar caminhos possíveis que promovam a liberdade de expressão, transparência no processo de comunicação e uso das mídias sociais, acesso aos dados dessas plataformas e o resguardo do bem-estar civil, ao se apresentar uma tentativa de garantir a *accountability* das empresas *Big Techs* responsáveis.

Em relação aos aspectos metodológicos, trata-se de um estudo qualitativo, do tipo exploratório, caracterizado por Gil (2008) como pesquisas pouco exploradas, que buscam desenvolver, explicar ou mudar ideias que podem ser pesquisadas posteriormente, ao se considerar que o Projeto de Lei nº2630 a ser estudado foi proposto em 2020 pelo senador federal Alessandro Vieira e as discussões sobre o mesmo efetivamente tiveram início em 2023. Está prevista a realização de levantamento bibliográfico e documental majoritariamente sobre os estudos culturais, focando em especial no autor de referência para este artigo, Jesús Martín-Barbero, algoritmos e lógica de funcionamento da moderação de conteúdo nas mídias digitais, dentre outros temas correlatos. Destaca-se também o levantamento documental utilizando-se da documentação disponibilizada pelo governo federal brasileiro sobre a Lei Geral das Telecomunicações, Marco Civil da Internet, Lei Geral de Proteção de Dados e o PL 2630.

### **Estudos Culturais e o Mapa das Mediações**

Cultura pode ser definida para Raymond Williams (1992), autor expoente dos estudos culturais, como “um espírito formador de um modo de vida global” (p.11), especialmente inserido nas atividades culturais, que compreendem linguagem, arte, trabalhos intelectuais, bem como uma “ordem social global no seio da qual uma cultura específica (...) é considerada produto direto ou indireto de uma ordem primordialmente constituída por outras atividades sociais” (p.11). Para Stuart Hall (2003), a cultura pode ser entendida como “a soma das descrições disponíveis pelas quais as sociedades dão sentido e refletem as suas experiências comuns” (p.135). A cultura pode ter muitas definições e deve ser entendida como local de convergência para o olhar deste trabalho.

Os estudos culturais surgem a partir da articulação entre pensamento e realidade histórica na década de 1950, buscando discutir temas como o “debate cultural” na “sociedade

de massa” (HALL, 2003). Essa linha de estudo buscou rupturas com os pensamentos hegemônicos do mundo, rejeitando modelos de alta/baixa cultura, com determinação econômica, entendendo-a como fato vivo e preponderante para as transformações históricas do mundo e da sociedade (HALL, 2003). A base para os estudos culturais, segundo Hall é a dialética entre o ser e a consciência social, sendo ao mesmo tempo sentido e valores que nascem em classes sociais distintas, baseada em suas relações históricas, lidando com sua existência, respondendo a ela, bem como as tradições nas quais estes sujeitos estão incorporados (2003).

O modelo hegemônico prévio continha a ideia originária da Escola de Frankfurt de que a cultura poderia ser produzida e entregue às massas, como um produto fabricado, onde o “receptor” a receberia sem contestação crítica, conforme disse Adorno em “A dialética do Esclarecimento” (1947), numa posição de vítima dos membros de poder da sociedade, que controlariam os meios de comunicação. Jesús Martín-Barbero, por sua vez, contraria essa ideia, buscando mostrar por meio das mediações, ou seja, “lugares dos quais provêm as construções que delimitam e configuram a materialidade social e expressividade cultural” (p.292) que “nem toda forma de consumo é a interiorização dos valores de outras classes” (p.289), pois o indivíduo que consome apropria-se culturalmente do conteúdo, de acordo com o seu próprio contexto. Para isso, ele propõe um mapa das mediações, mostrando que consumo é feito a partir de um conjunto de processos sociais para apropriar-se de um produto onde há espaço para a reflexão e produção de sentidos (BARBERO, 1997). O autor possui um foco específico na América Latina, fazendo a provocação que há fragmentações, deformidades e contaminações em relação a cultura originária europeia a medida que a história avança, sendo a história da América Latina a história da mestiçagem, que não pode ser estudada por modelos europeus (BARBERO, 1995).

Barbero (1997) então, ao estudar as mediações a partir do conteúdo televisivo, delimita três espaços principais para a mediação. A primeira como a cotidianidade familiar, pois na América Latina, centro de seus estudos, a família ainda é a unidade básica de audiência e a situação primordial de reconhecimento, onde podem manifestar suas ansias e frustrações de maneira mais livre. Aqui, a televisão assume a postura de familiar, criando proximidade com o espectador, tornando o conteúdo mais distante próximo pelo discurso em tom familiar, abrindo espaço para vivências possíveis apenas neste contexto. O segundo espaço é a temporalidade social, que seria o tempo de repetição e fragmento, ritualístico e de rotina, parecido com o dia a dia do sujeito, com sequência horária, sabendo-se o que antecede e o que se segue, com uma estética de reprodutibilidade, mas que o sujeito reconhece, mesmo

com a descontinuidade do tempo da história em contraste com a continuidade do tempo narrado, podendo facilmente acompanhar a cronologia. E por fim, o terceiro, a competência cultural, que por muitos críticos, a televisão é vista como o antro da decadência cultural, quando na verdade, muitos conteúdos representam a bagagem cultural e experiências que o sujeito vive ao longo de sua vida, sendo possível que ele se reconheça mesmo quando a realidade retratada não é a sua (BARBERO, 1997).

O sujeito espectador se reconhece no conteúdo recebido, analisa criticamente e forma significados a partir dele, impactando diretamente sua formação como indivíduo e membro da sociedade. Por isso, a televisão como meio de comunicação tem papel significativo e impactante na sociedade, cujo cidadão tem direito de acesso, com padrões de qualidade e regularidade, garantido por lei.

### **Regulação dos meios de comunicação e da internet**

As telecomunicações no Brasil são regulamentadas pela lei nº 9.472, de 1997, conhecida como a Lei Geral das Telecomunicações. Como esta lei versa sobre os diversos serviços de telecomunicações como televisão aberta, rádio, telefone e outros, para fins de análise, ao longo deste texto, ao falar sobre televisão, será considerado apenas a aberta.

A lei nº 9.472 versa, entre vários aspectos sobre os princípios fundamentais das telecomunicações no país, deveres e direitos do Poder Público e do usuário, dos órgãos que participam da regulação da prestação destes serviços, da organização, classificação, regras, concessões e regime de exploração dos serviços de telecomunicações. O órgão fiscalizador definido pela lei nº 9.472 é a Agência Nacional de Telecomunicações, a Anatel, submetida ao Ministério das Comunicações, com a função de fiscalizar e implementar a política nacional de telecomunicações. Há também o Decreto Presidencial nº 88.067, de 1983, que regulamenta serviços de radiodifusão e “outros que o governo julgue convenientes aos interesses nacionais”, que regulamenta comportamento dos serviços oferecidos pelas redes de telecomunicações como, por exemplo Art.28, 12b “não transmitir programas que atentem contra o sentimento público, expondo pessoas a situações que, de alguma forma, redundem em constrangimento, ainda que seu objetivo seja jornalístico”. Apesar disso, o Brasil não possui um marco legal que regulamenta as telecomunicações de maneira única, substituindo as diversas leis que versam sobre o assunto e abordando outros pontos ainda descobertos.

Traçando um paralelo, na Europa, a França possui regulação da mídia desde a criação da sua lei em 1982, que visa garantir a liberdade de expressão e promoção dos valores nacionais, o Reino Unido desde 2003, com lei que busca garantir a pluralidade da

programação de TV e rádio e Portugal desde 2005, com a criação da Agência Reguladora de Comunicação Social que coíbe a formação de monopólios e oligopólios nas telecomunicações (EBC, 2023). Na América, os Estados Unidos possui regras em diversas legislações desde 1934 fiscalizadas pela Federal Communications Commission e um dos principais pontos da sua regulação é o monopólio de empresas de telecomunicações. Na Argentina a regulação aconteceu em 2009, buscando reprimir abusos e ordenar condutas dos meios de comunicação no país (EBC, 2023).

Na era da informação, a televisão aos poucos tenta adequar seus conteúdos à demanda do usuário, mas é inegável que perdeu seu posto de principal fonte de conteúdo, especialmente de informação. Segundo o relatório Reuters Institute Digital News Report (2020), 87% dos brasileiros utilizam a internet como fonte de notícias, 67% usam as mídias sociais como fonte de notícia e 66% usam a TV. A cibercultura propõe novas técnicas, olhares, mas principalmente novos meios de interação e cronologias, bem como a subjetividade e pluralidade de significações (LÉVY, 2011). E assim, “cada novo sistema de comunicação (...) modifica o sistema das proximidades práticas, isto é, o sistema para as comunidades humanas” (LÉVY, 2011) e assim surgem os desafios que a internet propõe. Os dados explicitados pelo relatório da Reuters trazem à tona a necessidade latente de entender quais são essas novas práticas humanas, mas, principalmente, os limites do uso da internet, tanto por parte do usuário, que inclui o conteúdo que dissemina, como também por parte das empresas provedoras de serviços.

A primeira lei que buscou estabelecer algum tipo de regulamentação em relação à internet no Brasil foi a lei nº12.965, conhecida como Marco Civil da Internet, de 2014. No texto, um dos fundamentos principais reconhecidos para o uso da internet é a liberdade de expressão, bem como a pluralidade, diversidade, finalidade social, livre concorrência e defesa do consumidor (Art.2º). O documento também versa sobre proteção da privacidade, de dados e da “responsabilidade dos agentes de acordo com suas atividades, nos termos da lei” (Art.3º), sendo possível apenas a obtenção de quaisquer dados de usuários via ordens judiciais. Após vários escândalos mundiais envolvendo vazamento de dados pessoais, sendo o mais emblemático, denunciado pelo The New York Times (ROSENBERG et al, 2018) o do Facebook e a empresa Cambridge Analytica, que trabalhou na campanha de eleição de Donald Trump de 2016 e posteriormente para o grupo que promovia o Brexit. A empresa foi acusada de ter comprado dados do Facebook para prever resultados de eleições e influenciar decisões políticas por meio de seus aplicativos, sendo todo o esquema denunciado por um ex-funcionário do Facebook. Casos como esse pavimentaram a estrada para leis como a Lei

13.709, conhecida como Lei Geral de Proteção de Dados, que traz disposições sobre os tratamentos de dados, onde todo dado fornecido deve ser consentido pelo usuário que o detém, prevendo punições caso dados que possam causar qualquer tipo de dano a alguém sejam revelados. O Brasil é um dos mais de 100 países que possuem boas práticas em proteção de dados, com legislações vigentes segundo o Serviço Federal de Processamento de Dados (2019).

A continuação da tentativa de estabelecer mecanismos que regulem as práticas dentro da internet, em específico, das mídias sociais, é o Projeto de Lei (PL) nº 2360, de 2020, ainda em trânsito na Câmara dos Deputados. O texto é do Senador Alessandro Vieira, do partido Cidadania de Sergipe, e versa em especial sobre liberdade, transparência e responsabilidade para provedores de redes sociais e aplicativos de mensagem privada com mais de 2 milhões de usuários registrados. Esse projeto de lei tem o objetivo de regular a distribuição de conteúdo de maneira artificial por automações, fomentar o acesso à diversidade de fontes de informações, defender a liberdade de expressão no ambiente online, incentiva a busca por transparência na prática de moderação de conteúdo pelas plataformas das *big techs*, incluindo a instalação de ferramentas e mecanismos de informação sobre propagandas comerciais enviadas para os usuários, considerando os seguintes aspectos: contas identificadas, contas inautênticas, rede de distribuição artificial, conta automatizada, conteúdo, publicidade, impulsionamento, rede social e serviços de mensagens privada, sendo todos estes sujeitos às previsões de sanções do PL 2360 (BRASIL, 2020).

Em termos de moderação, o PL 2630 versa que, a priori, as plataformas devem prezar pelo acesso à informação e pela liberdade de expressão garantidos pela Constituição Federal de 1988. Caso algum usuário apresente algum risco de dano, segurança da informação ou a outro usuário, violação aos direitos das crianças e adolescentes, crimes tipificados na Lei nº 7.716, de 5 de janeiro de 1989 ou de grave comprometimento da usabilidade, integridade ou estabilidade da aplicação, conteúdos e/ou contas estão sujeitas aos processos de moderação de acordo com os termos de uso das plataformas (BRASIL, 2020).

O texto prevê ainda que as plataformas adotem medidas para identificar e vedar o funcionamento de contas inautênticas e automatizadas, que os conteúdos publicitários e impulsionados pagos sejam identificados, veda contas cuja atividade seja incompatível com a capacidade humana e limita o número de contas controladas pelo mesmo usuário (BRASIL, 2020).

Em relação ao serviço de mensagens privadas, o texto do PL 2630 prevê que as políticas de uso das plataformas devem ser específicas em termos de manutenção da natureza



interpessoal do serviço, com a limitação do encaminhamento de uma mesma mensagem e também o número de usuários por grupos e o arquivamento por parte das plataformas dos registros de mensagens encaminhadas em massa pelo prazo mínimo de três meses (BRASIL, 2020).

Em relação à transparência, o texto dispõe que os provedores das plataformas devem produzir relatórios trimestrais disponibilizados em seus sites contendo o número de usuários que acessaram do Brasil e o número de usuários brasileiros ativos; número de medidas moderadoras de contas e conteúdos adotadas no período, especificando motivação, metodologia e medida adotada; número de medidas moderadoras de contas e conteúdos adotadas em razão de cumprimento de ordens judiciais, especificando as motivações; número total de contas automatizadas e redes de distribuição artificial detectadas, com as medidas correspondentes, motivações e metodologia utilizada na detecção; entre outros, todos resguardando a proteção de dados pessoais (BRASIL, 2020). O texto ainda prevê a criação de um órgão estatal, o Conselho de Transparência e Responsabilidade na Internet, para acompanhar medidas que tratem da implementação desta lei e também que as plataformas poderão criar órgãos para autorregulação voltados para a transparência e responsabilidade no uso da internet (BRASIL, 2020).

### **Desafios e lacunas**

Com a presença da mídia cada vez mais latente em nossas vidas, as discussões em torno de liberdade de expressão, transparência dos seus mecanismos de atuação, resguardo civil e regulação se tornam extremamente necessárias, especialmente quando os desafios impactam diretamente a harmonia da vida social.

Um dos maiores desafios impostos pela internet hoje é a desinformação e, em casos recentes, vimos que as suas repercussões podem ser desastrosas, como pudemos presenciar durante a pandemia de COVID-19. Em um artigo publicado na Revista Panamericana de Saúde, Barcelos et al (2021) encontraram 329 fake news relacionadas a pandemia, disseminadas especialmente por canais como WhatsApp e Facebook, concluindo em seu trabalho que elas influenciaram diretamente nas medidas de prevenção e tratamento, bem como no acesso à informação real sobre o número de casos e óbitos.

As mídias sociais, como previsto pelo texto do PL 2630, devem primeiramente garantir o direito constitucional de liberdade de expressão do usuário. A liberdade de expressão, desde que não propague discursos de ódio ou faça apologia à violência, garante que cada indivíduo propague a sua ideia, independente do meio. Porém, o direito à liberdade

de informação, direito este também constitucional, não deve ser confundido com o direito de liberdade de expressão, pois o primeiro tem o dever da imparcialidade e a busca pela verdade dos fatos. Mesmo havendo mais de uma versão sobre o mesmo fato, não há como cada pessoa construir uma verdade pessoal (SANTANO, 2020). Por isso, a liberdade de expressão e a liberdade de informação impactam o coletivo, mas não existe um direito de difundir uma informação sabidamente falsa, com intenção de falsear os fatos que caiba dentro do direito de liberdade de expressão, sendo a verdade um limite à liberdade de expressão (SANTANO, 2020), e essa é uma confusão muito comum ao se falar de internet e um receio corriqueiro em termos de moderação de conteúdo.

As plataformas das redes sociais que utilizamos funcionam por meio de algoritmos que nada mais são do que métodos para solucionar problemas que tratam dados, processando-os conforme procedimentos definidos, gerando resultados que expressam outros dados e informações, ou seja, é uma sequência de etapas que buscam a solução abstrata de um problema (SILVEIRA, 2019). Os algoritmos transformam a informação e alguns podem inclusive classificá-las de acordo com alguma finalidade previamente definida, como por exemplo, nas mídias sociais, o algoritmo classifica aquilo de que mais gostamos e assistimos para nos mostrar com maior frequência algum conteúdo relacionado. O resultado desses filtros são as chamadas “bolhas” que têm o mesmo padrão (SILVEIRA, 2019). O algoritmo e as bolhas impõem dois desafios importantes para a sociedade contemporânea: o primeiro é entender seu funcionamento e o nível de transparência empregado. Se o algoritmo coleta dados para aprender e sugerir conteúdos, isso significa que todas as ações do usuário são observadas e coletadas. O que é feito com esses dados? Retornamos ao escândalo do Facebook e do Cambridge Analytica. Eugênio Bucci (2023) tem ideias interessantes sobre o assunto:

“(…) os algoritmos reduzem a incerteza que ainda perdura sobre os seres humanos (que são o seu objeto, não o seu sujeito); no extremo oposto, o público só vê aumentarem as incertezas que cercam os algoritmos. O algoritmo sabe tudo sobre os circuitos secretos do desejo de cada um e de cada uma. No outro lado da mesma assimetria, cada um e cada uma nada sabem sobre os desígnios que movem os algoritmos. A quem isso interessa? À reprodução em escala amplificada do modo de produção” (BUCCI, 2023, p.122)

A verdade é que somos usuários e não entendemos como os algoritmos funcionam. Mesmo assim, damos nossos dados de bom grado às plataformas, sem questionar. Por isso,

uma lei que resguarde, pelo menos parcialmente, a transparência algorítmica é de suma importância.

O segundo ponto levantado pelo uso dos algoritmos é a formação das bolhas informacionais, que levam o indivíduo a se fechar em um mundo onde prevalece escassez de diversidade de informação, visto que o algoritmo por si só alimenta o usuário apenas do tipo de conteúdo que se parece com o que ele já consome. Quando pensamos em o resguardar o acesso à informação, a questão do algoritmo e da formação de bolhas informacionais é uma lacuna que ainda não foi pensada por nenhum projeto de lei no Brasil, pois se as mídias sociais e a própria internet visam a manutenção do acesso à informação, essa informação não deve ser de fonte única para que haja pluralidade e diversidade de diálogos, ponto que os algoritmos não fomentam.

### **Regulação da TV x PL 2630**

De acordo com o relatório de 2022 da Kantar Ibope Media, o brasileiro gasta em média 5 horas e 37 minutos assistindo televisão linear, ou seja, programação que não é sob demanda, contrária aos serviços de internet e streaming, como o Netflix, por dia. O relatório da empresa de marketing digital internacional Sortlist publicou um estudo que analisou o tempo gasto online em vários países e constatou que o Brasil é o segundo país do mundo cujos cidadãos passam mais tempo online, totalizando 10 horas e 8 minutos diários, sendo desse total 3 horas e 42 minutos nas mídias sociais. Brasileiros passam muito tempo interagindo com mídias, o que reforça a necessidade de regulação.

O paralelo que se objetiva traçar neste artigo apresenta a regulação brasileira que versa sobre a TV aberta, única considerada para este artigo, e a internet no Brasil. A figura a seguir traz um consolidado do que as duas regulações propõem.

# REGULAMENTAÇÃO DA INTERNET E TELEVISÃO

O tempo médio gasto pelo brasileiro em frente a TV, assistindo canais de TV linear é de 5h37min<sup>1</sup>

**TEMPO MÉDIO GASTO**

O brasileiro passa em média 10h08min online na internet, sendo 3h42min desse tempo nas mídias sociais<sup>2</sup>

O Decreto Presidencial nº 88.067 (1983) estipula porcentagem de conteúdo noticioso mínimo e conteúdo publicitário máximo diário, conteúdo educacional semanal, entre outros<sup>7</sup>

**CONTEÚDO**

A internet não possui regulação de conteúdo obrigatório, mas as empresas são obrigadas a informar quando o conteúdo é publicitário

A Lei 9.472 (1997) garante o acesso aos serviços de telecomunicação de qualidade e igual a todos os cidadãos em território nacional<sup>3</sup>

**ACESSO**

A Lei 12.965 (2014) estabelece princípios, direitos, garantias e deveres sobre o acesso e uso da internet no Brasil<sup>4</sup>

A televisão aberta não permite que o usuário selecione o conteúdo que deseja ver

**SELEÇÃO DO CONTEÚDO**

Na internet, o conteúdo é sempre sob demanda, definido totalmente pelo usuário e reforçado pelos mecanismos do algoritmo

Os canais de TV são bens públicos explorados por meio de concessões, mediante licitações, para atender a finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas<sup>5</sup>

**SERVIÇO**

A internet é um bem privado, mas é regulamentada com o objetivo de promover o acesso à informação, ao conhecimento e à participação na vida cultural e na condução dos assuntos públicos<sup>6</sup>

A televisão não permite interatividade direta em tempo real entre o emissor e o espectador

**INTERATIVIDADE**

Na internet, a interatividade entre usuário e conteúdo é total, sendo inclusive essa uma forma de coleta de dados do algoritmo

Para a televisão, a regulação impacta em como o serviço é disponibilizado para o usuário e como a empresa organiza a grade de sua programação

**IMPACTO DA REGULÇÃO**

Para a internet, a regulação impacta todos os envolvidos em todas as etapas de uso: usuários, plataformas, intermediários, provedores, entre outros.

## Fontes

1. Kantar Ibope Media. *Inside Video: Novos Horizontes e Descobertas 2022*. Disponível em <https://www.kantaribopemedia.com/wp-content/uploads/2022/05/Inside-Video-2022-Kantar-IBOPE-Media.pdf> Acesso em julho 2023
2. Sortlist Datahub. *Your Digital Year*. Disponível em <https://www.sortlist.com/datahub/reports/your-digital-year/> Acesso em julho 2023
3. BRASIL. Presidência da República. *Lei 9.472 Lei geral das telecomunicações*. Brasília, 1997. Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/19472.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/19472.htm) Acesso em julho de 2023
4. BRASIL. Presidência da República. *Lei 12.965 Princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da Internet no Brasil*. Brasília, 2014. Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2011-2014/2014/lei12965.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei12965.htm) Acesso em julho de 2023
5. BRASIL. Presidência da República. *Constituição Federal da República de 1988*. Brasília, 1988. Disponível em [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constituicao.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm) Acesso em julho de 2023.
6. Idem 4
7. BRASIL. Presidência da República. Decreto 88.067 Regulamento dos serviços de radiodifusão. Brasília, 1983. Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/decreto/antigos/D88067.htm#art1](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/antigos/D88067.htm#art1) Acesso em julho de 2023

Em relação ao direito de acesso, a Lei 12.965 que estabelece princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da Internet no Brasil e a Lei 9.472 que dispõe sobre a organização dos serviços de telecomunicações no Brasil garantem o acesso em condições adequadas a essas mídias para todo cidadão em território nacional.

Os canais de TV são bens públicos e suas concessões são outorgadas mediante licitações para serem exploradas por empresas particulares que podem gerar lucros com seus canais e pagam impostos pela exploração do serviço. Os princípios que regem a programação dos serviços de telecomunicações de acordo com a Constituição Federal de 1988 são de preferência os que promovam as atividades artísticas, educativas, culturais e informativas, prezando assim pelos valores nacionais, regionais e sociais e não por ideologias específicas. A internet é um bem privado controlada por provedores de conexão pagos (TARNOFF, 2022)

cujo uso pode estar disponível a todos, bastando que o usuário tenha uma conectividade à rede que em geral é paga por alguém ou alguma instituição. O uso das plataformas costuma ser livre de custo com possibilidade de compras internas sempre sendo mostradas conforme definições do modelo de negócios das *big techs*. A regulamentação da internet, apesar dos vários atores comerciais envolvidos, é feita para que a internet atenda a um interesse também social, que é a promoção do acesso à diversidade de informação, pluralidade cultural e participação na condução dos assuntos públicos (BRASIL, 2014).

Em relação à disponibilização de tipos de conteúdos específicos, na regulação da televisão são definidas porcentagens daquilo que é obrigatório com periodicidade diária e semanal, bem como limite máximo diário de 25% de conteúdo publicitário na programação. Por outro lado, no caso da internet, nenhuma plataforma possui obrigatoriedade de veicular alguma porcentagem mínima ou máxima de conteúdo de publicidade. O único dever das plataformas na internet é informar quando o conteúdo que está sendo veiculado é publicitário, pois o órgão regulador de publicidade, Conar, também regula as mídias sociais e prevê no Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária que independente do meio, todo conteúdo publicitário deve ser claramente identificado como tal (2022).

Ao pensarmos em interatividade e seleção de conteúdo, é possível afirmar que a televisão aberta, a qual este artigo está focado, possui caráter linear, ou seja, o usuário não pode escolher o que vai assistir, nem interagir com o conteúdo que está assistindo em tempo real. Por mais que hoje os programas de televisão tentem se adaptar à realidade da era digital e disponibilizem possibilidades de interação por meio de mensagens de texto ou áudio para os espectadores, a interação não consegue acompanhar o ritmo de tempo real. As notícias também não saem com a mesma rapidez quando comparada à internet, pois o tempo de produção da televisão é diferente do tempo de produção de notícias para a internet. Enquanto isso, na internet, a interatividade com o conteúdo é total. O usuário escolhe o conteúdo que vai consumir e o algoritmo “colabora” com essa escolha, alimentando o usuário com conteúdos similares. Além disso, o usuário interage em tempo real com os produtores de conteúdo e outras pessoas que estão online em tempo real, obtendo respostas rápidas e participando ativamente do processo de construção das narrativas que estão sendo geradas nas mídias sociais com suas opiniões.

As regulações das mídias chamadas tradicionais são vistas desde 1963, com as leis sobre radiodifusão como o Decreto 52.795 e depois em 1997 com a Lei Geral das Telecomunicações, que segue com revogações e alterações até 2023, mas sem novas propostas de leis. A internet, por ser uma mídia nova, está sempre em debate e com novas

propostas de leis, em especial pelo seu dinamismo e constante inovação, justificando o fato de ainda não ser possível prever todos os seus desdobramentos, sendo necessário repensar suas práticas e cercamentos constantemente.

Os impactos da regulação da televisão ao usuário se resumem em como cada empresa disponibiliza a sua programação. Se há uma porcentagem de programação noticiosa, outra de programas educacionais e outra máxima de conteúdo publicitário a ser seguida, cabe a empresa a quem a concessão foi dada organizar sua grade de transmissão de acordo com o que está na lei. Voltemos à teoria de Barbero: o sujeito espectador é impactado pelo conteúdo recebido, analisa criticamente o conteúdo e forma significados a partir dele. É de suma importância que haja algum tipo de reconhecimento deste indivíduo com a programação, que a programação seja de seu interesse e que não atenda apenas a interesses comerciais de uma empresa que explora as concessões públicas. Regular mídias como a TV também é garantir que empresas façam bom uso de algo que é público, e que ajuda a formar os indivíduos não podendo portanto servir a nenhuma ideologia de maneira explícita. A regulação da internet afeta ainda mais atores do que apenas o usuário e a empresa que disponibiliza a programação. Na internet temos os usuários, as plataformas de mídias sociais, os provedores de internet, os provedores de domínios que hospedam os sites (DNS), entre outros mais. A internet é um mundo mais vasto do que a televisão e é costumeiro pensar-se que é “terra de ninguém”, porém a regulação demonstra o contrário. No contexto digital onde o conteúdo é sob demanda, é possível interagir livremente, e a liberdade de expressão muitas vezes é confundida com liberdade de informação e temos múltiplos atores atuando e ao mesmo tempo vários indivíduos formando significados a partir do que vêem, a regulação é imperativa para que haja responsabilidade naquilo que se produz e naquilo que se consome, tal qual nos outros meios de comunicação.

A proposta trazida pelo PL 2630, especificamente, visa regular o usuário no sentido de coibir a disseminação de informações falsas, exigir transparência das *Big Techs* no processo de moderação visando manter a liberdade de expressão e um ambiente plural e democrático dentro das mídias sociais. A transparência em práticas de moderação e regular usuário e automações é uma tentativa de manter o foco do uso no usuário, que é diretamente influenciado pelas ações dentro dessa mídia.

## **Conclusões**

As mídias estão presentes no dia a dia de todos os cidadãos brasileiros e são meios pelos quais os indivíduos apreendem significados de forma crítica, que influenciam na sua

formação como sujeito como observado por Martim-Barbero (1997). A internet sendo a mídia mais usada no mundo, especialmente pelos brasileiros, com um consumo superior de 10h diárias, superando a televisão, Esse fato por si só faz com que a regulação da internet, assim como há tempos se fez a da televisão, se torne urgente, para que possamos garantir que os atores envolvidos cumpram com o seu papel de garantir a integridade desse meio de comunicação, respeitando a liberdade de expressão, a liberdade de informação, a liberdade de imprensa, a privacidade do indivíduo e a preservação de uma esfera pública livre, plural e democrática.

Barbero em sua obra já observava que a inovação tecnológica parecia importar para a programação da televisão e afetar o seu conteúdo programático, mas que mais do que o mediacentrismo, era importante focar nas mudanças estruturais, políticas, culturais e econômicas geradas pelos meios de comunicação (1997). O argumento do autor reforça a visão de formação do indivíduo a partir do conteúdo significado e apreendido pelas mídias.

Assim, o PL 2630 parece ser uma resposta adequada para a regulação das mídias sociais na internet por ora, pois busca responder uma das muitas lacunas que surgiram com o uso da internet. O PL 2630 busca resolver questões urgentes como moderação de conteúdo informativo falso, contas automatizadas que disparam mensagens em massa podendo conter informações falsas e prevê que as plataformas divulguem relatórios sobre medidas tomadas para que atos de moderação não sejam arbitrários.

É importante ressaltar que este projeto de lei cobre apenas parte dos desafios gerados pela internet hoje. As questões que vemos como desinformação, contas, informações e mensagens em massa falsas são apenas algumas das adversidades geradas na internet. As bolhas informacionais e os algoritmos que também influenciam na formação do indivíduo ainda não possuem nenhum tipo de regulação.

Parece correto afirmar que a internet será sempre um desafio, pela sua novidade e pela sua capacidade de mutação. A tecnologia evoluiu muito nos últimos 30 anos e um dos principais motivos para tal foi a internet, que literalmente transformou o mundo, criando paradoxos inimagináveis: aproximando e distanciando culturas, diminuindo e aumentando distâncias. Cabe aos indivíduos se adaptarem e ajustarem os mecanismos regulatórios visando resguardar o bem estar social.

## **REFERÊNCIAS**

ADORNO, Theodor W; HORKHEIMER, Max. **Dialética do Esclarecimento: Fragmentos filosóficos.** 1947. Disponível em [https://files.cercomp.ufg.br/weby/up/208/o/fil\\_dialetica\\_esclarec.pdf](https://files.cercomp.ufg.br/weby/up/208/o/fil_dialetica_esclarec.pdf) Acesso em julho de 2023.

BARBERO, Jesús Martim. **Dos Meios às Mediações: comunicação, cultura e hegemonia.** Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997.

BARBERO, Jesús Martim. América Latina e os anos recentes: o estudo da recepção em comunicação social. In: SOUSA, Mauro Wilton de (org). **Sujeito, o lado oculto do receptor.** São Paulo: Brasiliense, 1995.

Barcelos TN, Muniz LN, Dantas DM, Cotrim Junior DF, Cavalcante JR, Faerstein E. **Análise de fake news veiculadas durante a pandemia de COVID-19 no Brasil.** Rev Panam Salud Publica. 2021;45:e65. <https://doi.org/10.26633/RPSP.2021.65>

BRASIL. Congresso Nacional. **Projeto de Lei 2630 Lei Brasileira de Liberdade, Responsabilidade e Transparência na Internet.** Brasília, 2020. Disponível em [https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/prop\\_mostrarintegra?codteor=1909983](https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/prop_mostrarintegra?codteor=1909983) Acesso em julho de 2023.

BRASIL. Ministério da Fazenda. **Mapa da proteção de dados pessoais.** Brasília: SERPRO, [2019]. Disponível em: <https://www.serpro.gov.br/lgpd/menu/a-lgpd/mapa-da-protecao-de-dados-pessoais> Acesso em: 13 jul. 2023.

BRASIL. Presidência da República. **Constituição Federal da República de 1988.** Brasília, 1988. Disponível em [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constituicao.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm) Acesso em julho de 2023.

BRASIL. Presidência da República. **Decreto 52.795 Aprova o Regulamento dos Serviços de Radiodifusão.** Brasília, 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) Acesso em julho de 2023.

BRASIL. Presidência da República. **Decreto 88.067 Regulamento dos serviços de radiodifusão.** Brasília, 1983. Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/decreto/antigos/D88067.htm#art1](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/antigos/D88067.htm#art1) Acesso em julho de 2023

BRASIL. Presidência da República. **Lei 9.472 Lei geral das telecomunicações.** Brasília, 1997. Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/19472.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/19472.htm) Acesso em julho de 2023

BRASIL. Presidência da República. **Lei 12.965 Princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da Internet no Brasil.** Brasília, 2014. Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2011-2014/2014/lei/112965.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/112965.htm) Acesso em julho de 2023

BRASIL. Presidência da República. **Lei 13.709 Lei Geral de Proteção de Dados.** Brasília, 2018. Disponível em:



[https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2015-2018/2018/lei/113709.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/113709.htm) Acesso em julho de 2023

BUCCI, Eugênio. **A Superindústria do Imaginário: como o capital transformou o olhar em trabalho e se apropriou de tudo que é visível**. Belo Horizonte: Autêntica, 2021.

BUCCI, Eugênio. **Incerteza, um ensaio: como pensamos a ideia que nos desorienta (e orienta no mundo digital)**. Belo Horizonte: Autêntica, 2023.

CONAR. **Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária**. São Paulo, 2022. Disponível em [http://conar.org.br/pdf/codigo-conar-2021\\_6pv.pdf](http://conar.org.br/pdf/codigo-conar-2021_6pv.pdf) Acesso em julho 2023.

EVANGELISTA, Rafael. **Para além das máquinas de adorável graça: cultura hacker, cibernética e democracia**. São Paulo: Edições SESC SP, 2018.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

HALL, Stuart. **Da diáspora: identidades e mediações culturais**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2003.

Kantar Ibope Media. **Inside Video: Novos Horizontes e Descobertas 2022**. Disponível em <https://www.kantaribopemedia.com/wp-content/uploads/2022/05/Inside-Video-2022-Kantar-IBOPE-Media.pdf> Acesso em julho 2023

LÉVY, Pierre. **O que é o virtual?** São Paulo: Editora 34, 2011.

PORTAL EBC. **Entenda o que é regulação da mídia**. Disponível em: <http://memoria.ebc.com.br/regulacaodamidia> Acesso em julho de 2023

REUTERS INSTITUTE. **Digital News Report**. Reino Unido: Universidade de Oxford, 2020.

ROSENBERG, Matthew. CONFESSORE, Nicholas. CADWALLADR, Carole. **How Trump Consultants Exploited the Facebook Data of Millions**. New York Times, 2018. Disponível em <https://www.nytimes.com/2018/03/17/us/politics/cambridge-analytica-trump-campaign.html> Acesso em julho de 2023.

SANTANO, Ana Claudia. **Desinformação e liberdade de expressão: afinal, há um direito à “notícia falsa”?** Grupo de Pesquisa Comunicação Eleitoral, 2020. Disponível em <http://www.comunicacaoeleitoral.ufpr.br/index.php/2020/07/10/desinformacao-e-liberdade-de-expressao-afinal-ha-um-direito-a-noticia-falsa/> Acesso em julho de 2023

SILVEIRA, Sérgio Amadeu da. **Democracia e os códigos invisíveis: como os algoritmos estão modulando comportamentos e escolhas políticas.** São Paulo: SESC SP, 2019. Disponível em [https://www.google.com.br/books/edition/Democracia\\_e\\_os\\_c%C3%B3digos\\_invis%C3%A4Dveis/Wb2ZDwAAQBAJ?hl=pt-BR&gbpv=1](https://www.google.com.br/books/edition/Democracia_e_os_c%C3%B3digos_invis%C3%A4Dveis/Wb2ZDwAAQBAJ?hl=pt-BR&gbpv=1) Acesso em julho de 2023.

Sortlist Datahub. **Your Digital Year.** Disponível em <https://www.sortlist.com/datahub/reports/your-digital-year/> Acesso em julho 2023

TARNOFF, Ben. **A internet deveria ser um bem público.** Jacobin Brasil, 2022. Disponível em <https://jacobin.com.br/2022/06/a-internet-deveria-ser-um-bem-publico/> Acesso em julho de 2023.

UNIÃO EUROPEIA. **REGULATION (EU) 2022/2065 OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL of 19 October 2022 on a Single Market For Digital Services and amending Directive 2000/31/EC (Digital Services Act).** Official Journal of the European Union, 2022. Disponível em <https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2022/2065/oj> Acesso em julho de 2023

WILLIAMS, Raymond. **Cultura.** Rio de Janeiro: Editora Paz e Terra, 1992.