

Os Impactos da Ausência de Regulamentação das Redes de Informação Digital no Brasil e seus Reflexos no Cotidiano da População.¹

Gustavo Lennon De Araujo Batista²

Fernanda Camilly Da Nóbrega Quevedo³

Valquíria Aparecida Passos Kneipp⁴

Universidade Federal Do Rio Grande do Norte, Natal, RN

RESUMO:

Os algoritmos das Big Techs passaram a mediar o acesso à informação no Brasil, priorizando engajamento, acirrando polarização e propagando *fake news*. Este estudo, baseado em pesquisa bibliográfica-documental (relatórios, artigos jurídicos e o PL 2630/2020), revela que o Marco Civil da Internet não dá conta do problema: a retirada de conteúdos nocivos exige decisão judicial, tornando a reação lenta e enfraquecendo direitos fundamentais. O PL 2630 propõe transparência algorítmica, rastreabilidade e sanções, mas seu avanço depende de diálogo entre Estado, empresas e sociedade civil. Somente uma regulação atualizada e multissetorial pode conciliar liberdade de expressão com a defesa da democracia.

PALAVRAS -CHAVES: Big Techs; *Fake News*; Marco Civil da Internet; Algoritmos; Redes.

INTRODUÇÃO:

Nos últimos anos, o número de brasileiros conectados às redes sociais tem crescido de forma expressiva. Segundo o relatório “Digital 2025: Brazil”, elaborado pela We Are Social em parceria com a Meltwater, o país conta atualmente com 144 milhões de usuários ativos em redes sociais, representando 66,3% da população total (DataReportal, 2024). Esse dado revela não apenas o crescimento acelerado da conectividade, mas também a consolidação das redes sociais

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho GTNE11 - Desinformação, educação midiática e plataformas digitais evento integrante da programação do 25º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 26 a 28 de junho de 2025.

²Graduando do curso de Jornalismo, 5º período, Decom - UFRN, email: gustavo.lennon.712@ufrn.edu.br

³Graduanda do curso de Jornalismo, 5º período, Decom - UFRN, email: fernanda.quevedo.701@ufrn.edu.br

⁴Professora do Curso de Jornalismo do Decom - UFRN, email: valquiria.kneipp@ufrn.br

como parte fundamental da vida cotidiana dos brasileiros. O fenômeno é impulsionado pelo avanço tecnológico, pela popularização dos smartphones e pelo aumento do acesso à internet.

Paralelamente, observa-se uma transição significativa na forma como os brasileiros acessam informações: enquanto o consumo de notícias por meios tradicionais, como a televisão e o jornal impresso, vem diminuindo, segundo o jornal da USP 2023. O uso da internet e, especialmente, das redes sociais como fonte primária de informação cresce a cada ano. Essa migração de hábitos comunicacionais evidencia uma mudança não apenas no formato, mas também na lógica de produção, disseminação e consumo de conteúdos informativos, o que impacta diretamente a relação da sociedade com o conhecimento, a política, o entretenimento e a formação de opinião pública.

Levando em consideração o alto controle dos algoritmos sobre os conteúdos consumidos na internet, nota-se a crescente das chamadas “bolhas informacionais” (Eli Pariser, 2010), que limitam a diversidade de ideias ao mostrar apenas conteúdos alinhados com o que o usuário já acredita, além de serem grandes facilitadoras da propagação de fake news. Esse fenômeno torna a desinformação cada vez mais difícil de controlar, e principalmente, de desmentir. Esse cenário torna-se ainda mais grave quando se trata de um público mais vulnerável, como os idosos, segundo a BBC News 2019, que muitas vezes, não estão atentos aos riscos aos quais estão expostos nas redes sociais, e nem conseguem distinguir o real do fake.

CONTEXTUALIZAÇÃO: O IMPACTO DAS MÍDIAS DIGITAIS SOB A OPINIÃO DAS GRANDES MASSAS:

Essa mudança de hábito reflete uma transformação estrutural no ecossistema informacional, em que plataformas como Facebook, Instagram, X (antigo Twitter) e YouTube — todas controladas por grandes corporações tecnológicas (as chamadas *Big Techs*) — assumem um papel central na mediação de conteúdo noticioso. Com algoritmos que priorizam engajamento e polarização, essas empresas atuam como verdadeiras curadoras do que será visto, lido ou ignorado por seus usuários, frequentemente sem qualquer tipo de regulamentação ou transparência. Essa lógica de funcionamento pode favorecer determinados discursos enquanto

silencia outros, contribuindo para a disseminação de desinformação e afetando diretamente o debate público, inclusive no campo político.

Essa dinâmica pode ser compreendida à luz da teoria do *Agenda-Setting*, proposta por Maxwell McCombs e Donald Shaw (1972), que argumenta que os meios de comunicação não dizem às pessoas o que pensar, mas influenciam sobre o que pensar. No ambiente digital, esse papel de definição da agenda informativa foi, em grande parte, transferido para os algoritmos das plataformas, que organizam e priorizam os assuntos de maior visibilidade. Assim, as redes sociais não apenas intermediam o acesso à informação, mas moldam o debate público ao destacar determinadas narrativas, influenciando a percepção da realidade social dos usuários.

Buscando frear uma possível onda de alienação e controle sobre a grande massa brasileira, o governo criou o Marco Civil da Internet, sancionado em 2014 como a Lei nº 12.965/2014, com o objetivo de garantir princípios e estabelecer os direitos e deveres para aqueles que usam internet no Brasil. No entanto, apesar de representar um importante avanço para a regulamentação das mídias digitais no país, a legislação não foi capaz de mitigar a grande influência das *Big Techs* no seu sistema informacional. Assim, a falta de mecanismos eficazes de fiscalização e atualização da lei tornou-a obsoleta se comparada ao rápido avanço das transformações digitais, se mostrando insuficiente frente aos desafios contemporâneos da disseminação das *fake news*, manipulação algorítmica e concentração do poder comunicacional nas mãos de poucos atores globais.

Dessa forma, no ano de 2020, ainda na tentativa de barrar a grande influência e poder das *Big Techs* no mercado tecnológico e de informação, foi colocado em discussão no congresso Nacional a PL 2630/2020 (conhecido como PL das *fake news*) que suscita uma análise técnica e jurídica sobre a necessidade de novas legislações ou o aprimoramento das já existentes, trazendo na sua proposta principal: obrigações mais rígidas para plataformas na identificação e mitigação de conteúdos falsos ou nocivos, transparência de algoritmos e moderação de conteúdo, rastreabilidade de mensagens em plataformas de mensageria, previsão de penalidades administrativas para o não cumprimento de suas normas, sendo também que, atualmente, pelo marco civil, as empresas não são culpadas diretamente pelos conteúdos que são divulgados nas suas redes. Apenas quando ocorre uma ordem judicial específica, que acaba atrasando a remoção

desses conteúdos prejudiciais como desafios na internet, *fake news*, ameaças, ofensas, campanhas de desinformação entre outros.

Segundo Martônio Mont’Alverne, (Unifor 2023): “Não há como se permitir que os discursos de ódio sejam utilizados para ganhos financeiros, sem respeito aos princípios constitucionais da dignidade da pessoa humana, ao pluralismo e à tolerância”. Entretanto, a PL 2630/2020 continua em discussão, mesmo sendo aprovada pelo Senado Federal em junho de 2020. No Congresso, ela enfrentou uma grande resistência e pedidos de revisão do projeto, principalmente por membros dos partidos de direita, alegando uma censura, excesso de regulamentação, enfraquecimento jurídico e autoritarismo.

METODOLOGIA: BIBLIOGRÁFICA E DOCUMENTAL:

Essa pesquisa tem como base uma abordagem qualitativa, referenciando, principalmente, em documentos bibliográficos – como o levantamento e análise de artigos científicos, obras acadêmicas e a teoria da comunicação do Agenda-Setting – e documentais – realizada a partir de fontes como relatório institucional “Digital 2025: Brazil”, elaborado pela We Are Social e a Meltwater e as legislações brasileiras do Marco Civil da Internet e a PL das fake news.

OBJETIVOS DA PESQUISA:

Este trabalho tem como objetivo analisar os impactos das mídias digitais, em especial das redes sociais controladas pelas Big Techs, na formação da opinião pública brasileira e no ecossistema informacional contemporâneo. Busca-se analisar como os algoritmos influenciam a visibilidade de conteúdos, favorecendo a disseminação de desinformação e polarização, bem como refletir sobre a eficácia das legislações brasileiras — como o Marco Civil da Internet e o PL 2630/2020 — diante dos desafios atuais. Pretende-se, ainda, discutir a necessidade de uma regulamentação mais eficaz e atualizada, que garanta transparência, pluralidade e proteção dos direitos fundamentais no ambiente digital.

CONCLUSÃO DA PESQUISA:

Por fim, o assunto da regulamentação é uma questão muito complexa, tendo que ter uma ampla discussão com a sociedade e os políticos, pois qualquer intervenção nas redes sociais deve equilibrar liberdade de expressão e defesa dos direitos fundamentais. A pesquisa mostrou que a autorregulação das plataformas, amparada pelo Marco Civil, não consegue conter a propagação de *fake news* e discursos de ódio com a rapidez necessária, deixando lacunas que afetam a democracia e a dignidade humana.

Nesse contexto, o PL 2630/2020 representa um avanço ao impor transparência algorítmica, rastreabilidade e sanções administrativas, mas seu sucesso dependerá de um diálogo multissetorial capaz de definir salvaguardas jurídicas robustas, critérios técnicos viáveis e fiscalização independente. Somente assim será possível construir um ecossistema digital plural, seguro e comprometido com o debate público qualificado.

REFERÊNCIAS:

BRASIL. Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014. Estabelece princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da Internet no Brasil. Diário Oficial da União: seção 1, Brasília, DF, 24 abr. 2014. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/112965.htm>. Acesso em: 15 abr. 2025.

BRASIL. Congresso Nacional. **Projeto de Lei nº 2.630, de 2020**. Estabelece a Lei Brasileira de Liberdade, Responsabilidade e Transparência na Internet, e dá outras providências. Brasília, DF, 13 maio 2020. Disponível em: <https://www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/materia/141944>. Acesso em: 23 abr. 2025.

ELEIÇÕES 2024: desinformação causa danos concretos na democracia e na vida das pessoas. **Conectas**, 28 de agosto de 2024. Disponível em: <https://www.conectas.org/noticias/eleicoes-2024-desinformacao-causa-danos-concretos-na-democracia-e-na-vida-das-pessoas/>. Acesso em: 19 abr. de 2025.

ENTENDA o que é o PL das *fake news* e por que tem gerado polêmicas no Brasil. **Unifor.br**, 22 de maio de 2023. Disponível em: <https://unifor.br/-/entenda-o-que-e-o-pl-das-fake-news-e-por-que-tem-gerado-polemicas-no-brasil>. Acesso em: 19 abr. de 2025

EVARISTO, Hugo. Desafio do desodorante: o que se sabe e o que sabe sobre a morte de menina de 8 anos no DF. **G1**, 14 de abril de 2025. Disponível em: <https://g1.globo.com/df/distrito-federal/noticia/2025/04/14/desafio-do-desodorante-o-que-se-sabe-e-o-que-falta-saber-sobre-morte-de-menina-de-8-anos-no-df.ghtml>. Acesso em: 20 abr. de 2025

FRAGA, Lorena. SOARES, Gabriella. Fake news sobre Pix, Bolsa Família e vacinas são as mais desmentidas pelo governo Lula. **G1**, 2 de fevereiro de 2025. Disponível em:

<https://g1.globo.com/politica/noticia/2025/02/02/fake-news-sobre-pix-bolsa-familia-e-vacinas-sao-as-mais-desmentidas-pelo-governo-lula.ghtml>. Acesso em: 20 abr. de 2025

IDOSOS são mais propensos a espalhar notícias falsas, diz estudo. News Brasil, 12 de janeiro de 2019. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-46849533>. Acesso em 23 de abril.2025

McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). *The agenda-setting function of mass media.* *Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176-187. <https://doi.org/10.1086/267990>. Acesso em 21 de abril. 2025

NEVES, Rodrigo. Marco civil da Internet e PL 2630: Necessidade de nova lei ou fortalecimento da existente? **AnaMid**, 4 de dezembro de 2024. Disponível em: <https://www.anamid.com.br/marco-civil-da-internet-e-pl-2630-necessidade-de-nova-lei-ou-fortalecimento-da-existente/>. Acesso em: 20 abr. de 2025

PACETE, Luiz Gustavo. Brasil é o terceiro maior consumidor de redes sociais em todo o mundo. **Forbes**, 9 de março de 2023. Disponível em: <https://forbes.com.br/forbes-tech/2023/03/brasil-e-o-terceiro-pais-que-mais-consome-redes-sociais-em-to-do-o-mundo/>. Acesso em: 21 abr. de 2025

PACHECO, Denis. Navegar é preciso! Regular (as redes) também. **Jornal da USP**, 28 de julho de 2023. Disponível em: <https://jornal.usp.br/atualidades/especial-desconstruindo-a-desinformacao-navegar-e-preciso-regular-as-redes-tambem/>. Acesso em: 21 abr. de 2025

WE ARE SOCIAL; MELTWATER. Digital 2025: Brazil – relatório digital. 3 mar. 2025. Disponível em: <https://datareportal.com/reports/digital-2025-brazil>. Acesso em: 15 abr. 2025.