



UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA  
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO  
DEPARTAMENTO DE AUDIOVISUAIS E PUBLICIDADE  
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA

RAFAELLY LINHARES LUCIANO

**AS LINHAS DISCURSIVAS SOBRE A MENSAGEM DO *TELEGRAM*  
ACERCA DO PL 2.630 NO *TWITTER***

BRASÍLIA  
2023

UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA  
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO  
DEPARTAMENTO DE AUDIOVISUAIS E PUBLICIDADE  
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA

RAFAELLY LINHARES LUCIANO  
**AS LINHAS DISCURSIVAS SOBRE A MENSAGEM DO *TELEGRAM*  
ACERCA DO *PL 2.630* NO *TWITTER***

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília como requisito para a obtenção do grau de Bacharel em Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda.

Orientadora: Profa. Dra. Carina Ochi Flexor.

BRASÍLIA  
2023

LUCIANO, Rafaelly Linhares. **As linhas discursivas sobre a mensagem do *Telegram* acerca do *PL 2.630 no Twitter***. 2023. 55f. Monografia (Graduação) – Faculdade de Comunicação, Universidade de Brasília. Brasília, 2023.

### **BANCA EXAMINADORA**

---

Profa. Dra. Carina Ochi Flexor (Orientadora/UnB)

---

Prof. Dr. Luciano Mendes (Membro Interno/UnB)

---

Profa. Dra. Beatriz Beraldo (Membro Interno/UnB)

---

Profa. Dra. Suelen Valente (Membro Suplente/UnB)

## **AGRADECIMENTOS**

Em primeiro lugar agradeço aos meus avós, Maria Zildete, Pedro Luciano, Rita Araújo e Francisco Claudenir, que mesmo sem concluir os estudos, foram meus maiores incentivadores. Eles sempre acreditaram na educação como instrumento de mudança de realidade, acreditaram em mim quando nem eu era capaz e acreditaram que veriam a neta ser a primeira da família a cursar o ensino superior.

Aos meus pais, Kelvia Araújo e Sebastião Luciano, pelo apoio, pelos puxões de orelha e principalmente pelo afeto de sempre.

À Carina, minha orientadora, por ter topado embarcar nesse desafio comigo e sempre estar disposta a ajudar, com uma animação e luz que só ela tem. Agradeço imensamente ao Gustavo, pela disponibilidade e paciência de me ensinar a operar programas complexos para organizar e gerar a visualização dos dados deste trabalho. Te conhecer foi uma grata surpresa, Gus. A Fellipe Ribeiro, que precisou de muito amor e uma dose de paciência para lidar comigo durante este semestre de emoções intensas, obrigada por segurar minha mão e me acalmar nos momentos em que precisei, seu amor e carinho me tornam uma pessoa mais capaz. Registro aqui minha gratidão a Danielly Caldas, Silene Veras e Luiz Lima, que tornaram minha experiência na UnB mais leve e sempre estiveram dispostos a escutar meus desabaços sobre o TCC. Emicida canta que “tudo que nós tem é nós” e fico extremamente feliz por ter vocês ao longo dessa jornada.

## RESUMO

O PL 2.630, também conhecido como Lei das *Fake News*, se tornou motivo de calorosos debates na esfera pública brasileira. A mensagem enviada pelo *Telegram*, aplicativo de mensagens instantâneas, despertou grande repercussão, gerando diferentes posicionamentos, tornando-se um dos assuntos mais comentados no *Twitter* Brasil em maio do presente ano. Considerando as interações mediadas pelo *Twitter*, o presente trabalho teve como objetivo mapear e discutir as linhas discursivas acerca da mensagem enviada pelo *Telegram*, a seus usuários no dia 09 de maio de 2023, sobre o referido Projeto de Lei. A partir de um arcabouço teórico específico e de abordagem dedutiva, a investigação de perspectiva qualitativa-exploratória fez uso da articulação da análise de redes sociais e de conteúdo, viabilizando a compreensão das várias questões suscitadas pelo tema. Para a visualização dos dados, foram criados mapas semânticos que, por sua vez, colaboraram com a identificação e análises pretendidas. Os resultados alcançados apontam não apenas para a emergência da regulação das plataformas digitais, como, sobretudo, sinalizam a polarização do país, dividido, grosso modo, em direita contrária ao Projeto de Lei e esquerda à favor. Ademais, destacam-se as críticas às plataformas – com *tuites* exigindo mais transparência –, assim como em relação aos veículos de imprensa, como o conglomerado Rede Globo.

**PALAVRAS-CHAVES:** comunicação; PL 2.630; *Telegram*; *Twitter* Brasil; rede semântica; regulação das plataformas digitais; *fake news*.

## **ABSTRACT**

*The PL 2.630, also known as the Fake News Law, has become the subject of heated debates in the Brazilian public sphere. The message sent via Telegram, an instant messaging application, sparked significant repercussions, generating various viewpoints and becoming one of the most discussed topics on Twitter Brazil in May of the current year. Considering the interactions mediated by Twitter, this study aimed to map and discuss the discursive lines regarding the message sent by Telegram to its users on May 9, 2023, regarding the aforementioned bill. Employing a specific theoretical framework and a deductive approach, the qualitative-exploratory investigation utilized the articulation of social network analysis and content analysis, enabling the comprehension of the multiple issues raised by the subject. Semantic maps were created to visualize the data, which in turn aided in the identification and intended analyses. The results achieved point not only to the emergence of digital platform regulation but also signal the polarization of the country, roughly divided between the right opposing the proposed bill and the left in favor of it. Furthermore, criticisms of the platforms stand out – with tweets demanding more transparency – as well as regarding the press, such as the conglomerate Rede Globo.*

**KEYWORDS:** *communication; PL 2.630; Telegram; Twitter Brazil; semantic network; regulation of digital platforms; fake news.*

## LISTA DE FIGURAS

<b>Figura 1</b> - Rede de coocorrência de palavras.....	44
<b>Figura 2</b> - <i>Cluster</i> violeta.....	45
<b>Figura 3</b> - Deputado Federal chama o PL 2.630 de "PL da Censura" .....	46
<b>Figura 4</b> - Partido Novo se posiciona contra PL 2.630.....	46
<b>Figura 5</b> - <i>Cluster</i> verde.....	47
<b>Figura 6</b> - Publicação reproduz a mensagem do <i>Telegram</i> . .....	49
<b>Figura 7</b> - Felipe Neto critica a mensagem do <i>Telegram</i> .....	49
<b>Figura 8</b> - Felipe Neto critica a plataforma e menciona perfis de autoridades políticas .....	49
<b>Figura 9</b> - <i>Cluster</i> laranja.....	50
<b>Figura 10</b> - Matéria sobre a sugestão da OAB de criação de um órgão regulador.....	51
<b>Figura 11</b> - The Intercept aponta lobby das <i>Big Techs</i> e responsabilidade do STF sobre o PL 2.630 .....	51
<b>Figura 12</b> - <i>Clusters</i> amarelo, rosa, verde-oliva e vermelho .....	52
<b>Figura 13</b> - Globo é acusada de fazer campanha a favor do PL .....	53
<b>Figura 14</b> - Vereador critica a decisão de Alexandre de Moraes e pontua que a Globo faz propaganda favorável da Censura" .....	53
<b>Figura 15</b> - Tuíte insinua que a Globo receberá dinheiro do PL .....	53
<b>Figura 17</b> - Tuíte acusando <i>Telegram</i> de abrigar pedófilos e nazistas .....	54
<b>Figura 18</b> - Tuíte critica o <i>Telegram</i> .....	54
<b>Figura 19</b> - Tuíte ironiza a falta de atitude do <i>Telegram</i> contra grupos criminosos que utilizam a plataforma .....	54
<b>Figura 20</b> - Tuíte acusa aliados do governo de agir "na calada da noite" para favorecer a Rede Globo.....	55
<b>Figura 21</b> - Tuíte com hashtag #PL2630NÃO .....	55
<b>Figura 22</b> - Deputado Federal aponta que o governo enfrenta dificuldades para aprovar o PL .....	56

<b>Figura 23</b>	Senador diz que "PL 2,630 mais atrapalha do q ajuda a pacificação do Brasil"....	56
<b>Figura 24</b>	- Tuíte questiona a vitória de Lula e o acusa de censurar os que não votaram nele	56
<b>Figura 25</b>	- Tuíte fala sobre "ditadura do judiciário" .....	56
<b>Figura 26</b>	- Tuíte chama o PL 2.630 de "PL da Censura" e "PL da ditadura".....	56
<b>Figura 27</b>	- Tuíte com print do blog do jornalista Reinaldo Azevedo.....	56
<b>Figura 28</b>	- Primeiro usuário que mais <i>tuitou</i> .....	58
<b>Figura 29</b>	- Uma das respostas publicadas pelo segundo usuário que mais <i>tuitou</i> .....	58
<b>Figura 30</b>	- Tuíte do jornalista João Domenech .....	58
<b>Figura 31</b>	- Usuário acusa <i>Telegram</i> de interferir na soberania do Brasil .....	59
<b>Figura 32</b>	- Relator do PL critica <i>Telegram</i> .....	59
<b>Figura 33</b>	- Deputado faz crítica à postura do Google.....	60
<b>Figura 34</b>	- Orlando Silva comunica medida judicial contra o <i>Telegram</i> .....	60
<b>Figura 35</b>	- Publicação informativa sobre medidas contra o <i>Telegram</i> .....	60
<b>Figura 36</b>	- Relator acusa ex-deputado de produzir <i>Fake News</i> .....	60
<b>Figura 37</b>	- Tuíte de Elon Musk explicando a aquisição da plataforma .....	62



## LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Palavras-chave rede de <i>clusters</i> .....	44
Tabela 2 - Palavras-chave do <i>cluster</i> violeta.....	46
Tabela 3 - Palavras-chave do <i>cluster</i> verde.....	47
Tabela 4 - Palavras-chave do <i>cluster</i> laranja.....	50
Tabela 5 - Palavras-chave dos <i>clusters</i> amarelo, rosa, verde-oliva e vermelho.....	52
Tabela 6 - Categorias dos cinco usuários que mais falaram sobre a mensagem do <i>Telegram</i> .....	57

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO <i>ou Como chegamos aqui?</i></b> .....	<b>10</b>
<b>2. CAPÍTULO I   ASPECTOS TEÓRICO-CONTEXTUAIS</b> .....	<b>16</b>
2.1 O contexto político-social mundial e o contexto brasileiro.....	16
2.2 Sobre o <i>Telegram</i> e a emergência da regulação das plataformas.....	25
2.3 A ascensão das <i>Big Techs</i> , a natureza da mídia e a plataformização da sociedade.....	29
<b>3. CAPÍTULO II   ARCABOUÇO TEÓRICO-METODOLÓGICO</b> .....	<b>37</b>
3.1 Aspectos teóricos-metodológicos.....	37
3.2 Desenho metodológico.....	40
<b>4. CAPÍTULO III   APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS DADOS</b> .....	<b>43</b>
4.1 Raspagem e tratamento de dados.....	43
4.2 Análises e inferências.....	43
4.3 Sobre a mudança do <i>Twitter</i> para o X.....	62
<b>5. CONSIDERAÇÕES FINAIS <i>ou Como sairemos dessa?</i></b> .....	<b>64</b>
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	<b>66</b>
<b>ANEXOS</b> .....	<b>71</b>

## 1. INTRODUÇÃO ou *Como chegamos aqui?*

A emergência da sociedade das plataformas digitais vem promovendo uma série de desafios para governos e para as sociedades mais amplamente. Lidar com a presença das *Big Techs*<sup>1</sup> que, a cada dia, centralizam atividades e dados dos seus usuários, influenciam decisões na esfera política e exploram algoritmos e base de dados para manutenção de desigualdades e interesses comerciais, é uma preocupação para governos, empresas e sociedade civil (D'ANDRÉA, 2020).

Como infraestruturas, as plataformas digitais, notadamente, têm viabilizado a disseminação de *Fake News* ou desinformação, o que, por sua vez, tem promovido uma série de consequências sobre o tecido social em suas diversas esferas. No contexto brasileiro, as *Fake News* impactaram decisivamente contextos relevantes, como, por exemplo, as eleições de 2018, a campanha de vacinação contra a COVID-19<sup>2</sup> e as eleições de 2022.

Derakhshan e Wardle (2017) categorizam a desinformação em três categorias: informação incorreta, des-informação e mal-informação. A informação incorreta pode ser definida como uma informação falsa compartilhada, mas sem a intenção de causar danos. Desinformação ocorre quando informações falsas são compartilhadas com o intuito de causar danos. A mal-informação se aproveita de conteúdos verdadeiros em momentos oportunos, geralmente traz a público informações particulares com a finalidade de prejudicar uma pessoa, um país ou empresa. Ainda sobre essa questão, ressalta-se que a presente investigação, embora reconheça a diferença dos termos desinformação e *Fake News*, uma vez que a primeira pode ser entendida como um conceito mais amplo que abrange elementos que integram o ambiente de desinformação, com informações incompletas, erros, texto mal escrito, confusão entre sátira e informação e compreenda, ainda, *Fake News* como um tipo específico de desinformação, relacionada a conteúdos propositalmente falsos, o presente estudo faz uso de ambos os termos no sentido de evitar, em demasia, o uso de apenas um dos termos.

---

<sup>1</sup> *Big Techs* se referem às grandes empresas de tecnologia, majoritariamente concebidas no Vale do Silício, que dominam o mercado atualmente. Além da chinesa plataforma *Tik Tok* e mesmo do antigo *Twitter*, o presente trabalho reconhece a hegemonia do acrônimo GAFAM que, por sua vez, se refere às gigantes da Web, *Google*, *Apple*, *Facebook*, *Amazon* e *Microsoft*.

<sup>2</sup> Comunicação e o impacto das *Fake News* no processo de vacinação contra COVID-19. Fiocruz, 2021. Disponível em: <<https://portal.fiocruz.br/video/comunicacao-e-o-impacto-das-fake-news-no-processo-de-vacinacao-contracovid-19>>. Acesso em: 23 de mai. de 2023.

Nesta conjuntura o Projeto de Lei 2.630/2020 surge com o intuito de instituir a Lei Brasileira de Liberdade, Responsabilidade e Transparência na Internet. O texto cria medidas para combater a circulação de conteúdo falso nas plataformas digitais de redes sociais e nos serviços de mensagens privadas, como o *Telegram*. A citada lei, então, estabelece normas, sobretudo, no tocante à responsabilidade dos provedores pelo combate à desinformação e pelo aumento da transparência na internet, além da transparência em relação a conteúdos patrocinados e atuação do poder público, bem como estabelece sanções no caso de descumprimento.

Em meio a discussões polêmicas – entre defensores e aguerridos contrários –, em 02 de maio de 2023 o PL 2.630 seria votado pela Câmara dos Deputados, mas foi adiada pelo presidente da Câmara, Arthur Lira<sup>3</sup>. Essa decisão foi tomada após o relator do projeto alegar a necessidade de mais tempo para adicionar mudanças ao texto do projeto. Essa atitude deixou claro que não havia maioria favorável ao projeto. Com o adiamento da decisão, a pauta passou a ser de responsabilidade do Supremo Tribunal Federal<sup>4</sup>.

Mesmo antes dessa movimentação política, tendo a votação em vista, as *Big Techs* lançaram suas ofensivas. O *Google* apresentou em sua página principal, desde o dia 1º de maio, um link para um texto, publicado pela própria plataforma, com o tema "PL das *Fake News* pode aumentar a confusão sobre o que é verdade ou mentira" (ANEXO A)<sup>5</sup>. Acusado de ampliar o alcance de páginas com conteúdos contrários ao Projeto de Lei na busca, o *Google* declarou que seus sistemas de ranqueamento se aplicam de forma consistente para todas as páginas, negando, assim, as alegações de que estaria ampliando o alcance de páginas com conteúdos contrários ao Projeto de Lei.

A Meta (empresa proprietária do *Facebook*, *Instagram* e *WhatsApp*) divulgou uma nota no dia 28 de abril de 2023, na qual criticava o projeto, em um dos trechos do texto pontua que a Proposta de Projeto de Lei "cria um sistema de vigilância permanente similar ao que existe em países de regimes antidemocráticos." Empresas como *Spotify* e Brasil Paralelo também patrocinaram anúncios contrários ao PL 2.630. De acordo com a pesquisa desenvolvida pelo

---

<sup>3</sup> PL das *Fake News*: Votação na Câmara é adiada por Arthur Lira. JOTA, 2023. Disponível em: <<https://www.jota.info/legislativo/pl-das-fake-news-votacao-na-camara-e-adiada-por-arthur-lira-02052023>>, Acesso em: 24 de mai. de 2023.

<sup>4</sup> SADI, Andréia. Relator pede e votação da PL das *Fake News* é adiada; deputados querem empurrar questão para o STF. G1, 2023. Disponível em: <<https://g1.globo.com/politica/blog/andreia-sadi/post/2023/05/02/deputados-querem-empurrar-pl-das-fake-news-para-stf-ministros-se-preparam-para-endurecer-regras.ghtml>>. Acesso em: 24 de mai. de 2023.

<sup>5</sup> Mais informações através do link <https://blog.google/intl/pt-br/novidades/iniciativas/pl2630-2/>

NetLab<sup>6</sup>, o intuito dessas empresas é influenciar seus usuários a terem uma visão negativa sobre o projeto, visto que a falta de regulação permite que elas continuem lucrando com a falta de transparência e de regras, seja em conteúdos orgânicos ou em publicidade digital.

A reação das instituições democráticas do país não demorou, no mesmo dia 2 de maio, Alexandre de Moraes, ministro do Supremo Tribunal Federal (STF), ordenou a remoção do anúncio contra o PL das *Fake News*<sup>7</sup>. Além disso, determinou que a polícia federal ouvisse os presidentes das plataformas, a fim de esclarecer os motivos para terem autorizado o uso de ferramentas que podem contribuir para o abuso de poder econômico e para a difusão de desinformação acerca do tema.

De acordo com o ministro da Justiça Flávio Dino<sup>8</sup>, o governo se deparou com "dezenas, quiçá centenas de indícios de que algumas empresas estariam privilegiando a sua própria decisão e manipulando seus próprios termos de uso para privilegiar aquilo que lhes convém, em detrimento de outras vozes". E continua afirmando que "isto é censura, e é dever da Secretaria Nacional do Consumidor garantir que ninguém manipule a liberdade de expressão no Brasil." Afirma, ainda, que "há uma tentativa de inverter os termos do debate, como se nós quiséssemos censura. Ao contrário, o que estamos evitando é uma censura privada e clandestina, não assumida". O ministro também registrou que o que está ao centro nesse contexto não é se o Projeto de Lei é bom ou ruim, mas, de outro modo, se essas empresas podem manipular, ou tentar manipular os consumidores para fortalecer suas posições, e impedir o livre debate.

Com um prazo para cumprir de duas horas após notificação, o governo brasileiro, via Secretaria Nacional do Consumidor (SENACON), vinculada ao Ministério da Justiça, ordenou que o *Google* sinalizasse os conteúdos publicitários próprios, informando ao consumidor sobre "eventual conflito de interesses que afetem a prestação de seus serviços", devendo informar "qualquer interferência no sistema de indexação de buscas relativas ao PL 2.630". Ainda sobre o assunto, indicou que fica proibida a censura sobre "posições divergentes da posição editorial da empresa" em comunidades e apps mantidos pela plataforma digital sem informar devidamente ao consumidor, bem como fica proibida, da mesma forma, "de privilegiar posições

---

<sup>6</sup> Laboratório de pesquisa da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro

<sup>7</sup> O STF determina remoção de anúncios com ataques ao PL das *Fake News*. STF, 2023. Disponível em: <<https://portal.stf.jus.br/noticias/verNoticiaDetalhe.asp?idConteudo=506578&ori=1>>. Acesso em: 24 de mai. de 2023.

<sup>8</sup> Para ler as declarações, acesse link <https://g1.globo.com/politica/noticia/2023/05/02/governo-manda-google-sinalizar-como-publicidade-material-feito-pela-empresa-contra-pl-das-fake-news.ghtml>

convergentes nas mesmas comunidades e nos apps sem informar ao consumidor”. Ademais, a empresa fica obrigada a veicular "contrapropaganda", com o mesmo espaço, afirmando ter interesse comercial no tema. Na decisão, a SENACON também instaura um processo administrativo regular contra o *Google* e dá prazo de 20 dias para que a empresa apresente defesa. O documento estabelece multa de R\$ 1 milhão por hora de descumprimento das determinações. Pouco após o anúncio da decisão da SENACON, o link foi retirado do ar.

Diante desse cenário, na semana seguinte, no dia 9 de maio de 2023, o *Telegram* enviou uma mensagem aos seus usuários criticando o PL 2.630<sup>9</sup> (ANEXO B). Mais uma vez, o conteúdo divulgado pela empresa trazia informações falaciosas sobre o assunto. A empresa chegou a mencionar no texto que "essa lei irá acabar com a liberdade de expressão e dá ao governo poderes de censura sem supervisão judicial prévia".

Um dia depois do ocorrido, o ministro Alexandre de Moraes determinou que a mensagem enviada pelo *Telegram* fosse apagada e que a plataforma prestasse depoimento à Polícia Federal em até quarenta e oito horas. O ministro também determinou o envio de uma nova mensagem, informando os usuários que o conteúdo apresentado anteriormente era "flagrante e ilícita desinformação". Em caso de descumprimento das normas, o aplicativo ficaria fora do ar por setenta e duas horas<sup>10</sup>.

Essa decisão repercutiu e gerou discussões nas redes sociais. No *Twitter*, o caso entrou para os *trending topics*, espaço do site que mostra os assuntos que estão em alta no momento. A comoção do público sobre esse tema demonstrou o interesse que a sociedade tem sobre assuntos como a regulação das plataformas, privacidade e liberdade de expressão nos sites de redes sociais, além de delimitar preferências políticas e a polarização da sociedade.

Ao observar o cenário abordado nos parágrafos anteriores, surgiu o questionamento que norteou esse trabalho: o que os brasileiros estão comentando no *Twitter* sobre o referido Projeto de Lei e o que acharam sobre a decisão tomada pelo ministro Alexandre de Moraes ao determinar que o *Telegram* removesse a referida mensagem enviada em massa? Nesse cenário, então, o presente trabalho teve como objetivo geral mapear e analisar as linhas discursivas

---

<sup>9</sup> *Telegram* envia mensagem em massa com desinformação sobre PL das *Fake News*; relator do projeto critica 'jogo sujo'. O Globo, 2023. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/blogs/sonar-a-escuta-das-redes/post/2023/05/telegram-envia-mensagem-em-massa-com-desinformacao-sobre-pl-das-fake-news-relator-do-projeto-critica-jogo-sujo.ghtml>>. Acesso em: 24 de mai. de 2023.

<sup>10</sup> Moraes manda *Telegram* apagar mensagem contra PL das *Fake News*. EBC, 2023. Disponível em: <<https://agenciabrasil.ebc.com.br/justica/noticia/2023-05/moraes-manda-telegram-apagar-mensagem-contra-pl-das-fake-news>>. Acesso em: 24 de mai. de 2023.

predominantes sobre a mensagem enviada pelo *Telegram* acerca do PL 2.630 no site da rede social *Twitter*. Para alcançar, desse modo, o objetivo almejado, delineou-se os seguintes objetivos específicos: (1) mapear as redes formadas sobre o tema no *Twitter*; (2) analisar os principais argumentos e estratégias discursivas utilizadas; (3) identificar e analisar os perfis que mais publicaram sobre o assunto; (4) problematizar os discursos mapeados frente a esfera pública e o debate político sobre a PL das *Fake News*.

Para o desenvolvimento desta investigação, então, desenhou-se um arcabouço teórico específico que contemplou: (1) estudos acerca da plataformização da sociedade, fenômeno estudado por d'Andréa (2020) e Van Dijck (2019); (2) desinformação e seus efeitos sociais, fenômeno discutido por Wardle e Derakhshan (2017) e Recuero e Soares (2020); (3) influenciadores digitais, estudados por Recuero e Soares (2020) e (4) análise de redes sociais como metodologia explorada por Recuero, Bastos e Zago (2015).

A investigação de abordagem dedutiva e de perspectiva qualitativa-exploratória foi desenhada a partir dos estudos de redes, tendo como ponto de partida a raspagem de dados a partir da API do *Twitter* para acadêmicos. Foram coletados os *tuites* feitos entre os dias 9 e 19 de maio de 2023, que tinham em suas mensagens as palavras-chaves PL das *Fake News* e PL 2.630. Os dados foram tratados e transformados em uma nuvem de palavras que sintetiza a essência do conteúdo de cada mensagem. A raspagem das informações também nos permitiu identificar os *tuites* com maior número de *retuites*. Com esses elementos em mãos, fizemos então a análise das nuvens de palavras e também dos *tuites* com maior engajamento. Vale destacar que a raspagem de dados foi realizada antes da compra do *Twitter* pelo bilionário Elon Musk e da mudança de políticas de acesso a dados para pesquisa implementada pela plataforma que passou a ser chamada de X.

Por fim, destaca-se que o presente trabalho foi estruturado a partir de três capítulos. No primeiro, intitulado *Aspectos Teórico-Contextuais*, evidenciou-se o contexto social e político em que se inscreveu a polêmica mensagem enviada pelo *Telegram* acerca do PL 2.630, destacando, ainda, a ascensão e posição das *Big Techs*. Além das discussões no entorno da emergência da regulação das plataformas digitais. Mais além, apresenta os pontos fundamentais para a compreensão da natureza da mídia digital, assim como os efeitos do que se denomina plataformização da sociedade. Apresenta, ainda, a plataforma de mensagens *Telegram*. O segundo capítulo, denominado *Arcabouço Teórico-Metodológico* apresenta as bases para a análise de redes, explicitando o desenho metodológico concebido para a presente investigação, delineando os modos de extração, visualização e análise dos dados. O terceiro capítulo,

*Apresentação e Análise dos Dados* explicita os dados coletados, a partir de visualizações, discutindo os resultados obtidos a partir da criação de redes semânticas.



## 2. CAPÍTULO I | ASPECTOS TEÓRICO-CONTEXTUAIS

### 2.1 O contexto político-social mundial e o contexto brasileiro

**Democracias enfraquecidas.** Nos últimos anos foi possível observar o crescimento de um desconforto global contra a ordem democrática até então estabelecida em grande parte das regiões do mundo, inclusive no Brasil. Segundo Lührmann e Lindberg (2019) há uma onda de autoritarismo se espalhando ao redor do mundo, mas de forma diferente do que aconteceu no passado, quando os golpes acabavam com o Estado Democrático de forma bruta, agora há um processo de enfraquecimento que promove dúvidas sobre sua legitimidade e a degrada aos poucos.

Em 2020, uma pesquisa feita pela Universidade de Cambridge, pelo *Centre for the Future of Democracy*, intitulada *Global Satisfaction with Democracy*<sup>11</sup>, revelou que o nível de satisfação com a democracia no mundo é o mais baixo das últimas décadas. O relatório mostra que os principais motivos para o descontentamento são as crises econômicas, as crises dos refugiados, a polarização política e a omissão dos governos sobre os problemas econômicos e sociais. O estudo aponta também que em democracias estabelecidas o índice de reprovação é ainda maior, sendo o Brasil citado como exemplo, uma vez que menos de 20% de sua população está satisfeita com o regime político.

**Crescimento dos populismos de direita.** Nesse sentido, o cenário de crises globais da democracia tem favorecido o crescimento do populismo de direita (Guazina, 2019). Esse fenômeno, chamado de nova onda populista, possui como característica marcante o alastramento de discursos políticos radicais, tanto nos sites de redes sociais e mesmo no jornalismo tradicional (Guazina, 2019). Esse movimento tem acontecido em diversos países com contextos sociais diferentes, como Estados Unidos, com a eleição de Donald Trump e mesmo no Brasil, com Jair Bolsonaro, e, ainda, em países europeus como Itália e Inglaterra.

Para Guazina (2019), os discursos e elementos culturais autoritários se fazem presentes mesmo em democracias liberais e são normalizados nos sites de redes sociais e nas mídias convencionais e continua afirmando que ao serem embalados como políticas *pop* ganham força na sociedade e inserem-se na cultura midiática criando um estado de tensão permanente e aumento de ameaça às democracias liberais.

---

<sup>11</sup> Para acessar a pesquisa realizada [https://www.cam.ac.uk/system/files/report2020\\_003.pdf](https://www.cam.ac.uk/system/files/report2020_003.pdf)

No artigo "*Populismos de direita e autoritarismos: apontamentos teóricos sobre a comunicação populista*", a citada autora apresenta uma revisão bibliográfica sobre o assunto e retira da obra de Norris e Inglehart (2019) um conjunto de valores antidemocráticos que são evocados para resolução de conflitos políticos, sendo eles: intolerância; negação de direitos das minorias em detrimento das preservação dos grupos nativos; cultura do medo; preservação da moralidade religiosa e lealdade às lideranças fortes. Além das características mencionadas acima, o nacionalismo é outro traço marcante no novo populismo (Empoli, 2020).

No livro "*Engenheiros do Caos*", o ensaísta político Giuliano Da Empoli aponta que a propaganda do populismo moderno é estruturada, de forma geral, nos sentimentos de raiva e medo presentes na massa dos eleitores – que, no geral, fazem parte de grupos extremistas –, somados aos demais eleitores que se sentem atacados por inimigos reais ou mesmo imaginários, tais quais imigrantes, globalização, mudanças dos valores tidos como tradicionais. Nos discursos populistas da atualidade, há uma revolta contra as elites, o capital financeiro, a esquerda, os políticos e os partidos convencionais. Apesar das diferenças sociais e culturais e a multiplicidade de características em cada país afetado por este fenômeno, há um ponto em comum em todos os eles: a polarização e o discurso do "nós" contra "eles", típico dos discursos populistas midiáticos que, de acordo com o Mudde (2019, p. 46) é "potente instrumento ideológico de construção da imagem de seus adversários como ameaças ou inimigos".

Apesar dos fenômenos vistos acima não serem novos, há um fator que modifica e potencializa as formas com que eles acontecem: as redes digitais. Para Empoli (2019) elas têm o poder de acentuar conflitos e reforçar a narrativa do povo contra as elites. Ainda neste contexto, cada eleitor recebe mensagens (ainda que não verdadeiras) personalizadas de acordo com suas crenças e inflamando suas convicções. O autor, sobre essa questão, expõe que:

[...] o jogo não consiste mais em unir pessoas em torno de um denominador comum, mas, ao contrário, em inflamar as paixões do maior número possível de grupelhos para, em seguida, adicioná-los, mesmo à revelia. Para conquistar uma maioria, eles não vão convergir para o centro, e sim unir-se aos extremos. (EMPOLI, 2019, p. 21).

A partir deste apontamento, surge um novo tópico a ser abordado, o populismo midiático. Há diversas concepções sobre o termo, as três mais conhecidas são: ideológica; de estilo; e de estratégia. A ideológica, de acordo com Mudde e Kaltwasser (2017) é focada principalmente no conteúdo, para Jagers & Walgrave (2007) a abordagem voltada para o estilo se debruça na forma que os conteúdos são comunicados, já para Weyland (2001) a estratégia volta o olhar para a motivação da comunicação populista. De acordo com Guazina (*apud*

Engesser, Fawzi e Larsson, 2017) as abordagens não são excludentes e podem ser combinadas durante as pesquisas.

Mazzoleni (2008; 2014) e Krämer (2014) apontam como o discurso populista se adequa ao formato das mídias tradicionais e também como a própria mídia *mainstream* se apropria do populismo ao reforçar a dramatização, a emoção e também incitar desconfiança nas instituições. Sobre essa questão, Guazina (2019, p. 59) destaca:

Um aspecto importante desta lógica populista da mídia, chamada de populismo midiático (*mediapopulism*), é relativo às características do jornalismo político contemporâneo, tais como o personalismo, o negativismo, além da dramatização, da ênfase nos apelos emotivos e a combinação de critérios de noticiabilidade que permitem normalizar atores e discursos populistas.

É nesse contexto, então, que ao perceber o potencial do ambiente digital para impulsionar seus discursos inflamados de ódio e ideais conservadores, a extrema direita se apropriou desse espaço e passou a veicular mensagens que contestavam as mídias tradicionais, as instituições democráticas e a legitimidade do processo eleitoral. De acordo com Guazina (2019) as mídias sociais possibilitaram que os políticos populistas falassem diretamente com seu eleitorado, o que permitiu a mobilização de emoções compartilhadas por um grupo e direcionadas, mais uma vez, ao adversário, que é visto como inimigo.

É importante salientar que o descontentamento com o fazer político tradicional serviu de munição para os estrategistas políticos que, por sua vez, aprenderam a manipular essa insatisfação e transformá-la em aliada. Empoli (2019) deixa claro ao longo de seu livro que a raiva e outras emoções negativas são elementos poderosos na política, principalmente para aquelas que são feitas através de plataformas de redes sociais, espaço em que são capazes de gerar engajamento.

Guazina (2019) defende que o arranjo entre o populismo midiático tradicional e o modo de funcionamento dos sites de redes sociais facilita a personalização da mensagem política enviada para os eleitores, o que resulta em um poderoso conjunto técnico e político que pode garantir a continuidade de projetos de governos que são marcados pela exclusão de direitos e enfraquecimento da ordem democrática.

**O populismo chega à Casa Branca.** Em 2016 o mundo assistiu à eleição do novo presidente dos Estados Unidos da América, Donald Trump, que derrotou a democrata Hillary

Clinton e chegou à Casa Branca<sup>12</sup>. Sua estreia como figura polêmica nos holofotes se deu em 2010, quando o até então empresário e apresentador de um programa chamado "O Aprendiz", passou a propagar a teoria conspiratória de que Barack Obama, na época presidente, não havia nascido nos Estados Unidos, o que tornava sua candidatura ilegítima. Ele deu força à uma campanha cujo objetivo era fazer com que Obama apresentasse sua certidão de nascimento. Entretanto, mesmo depois da publicação do citado documento, Trump seguiu endossando seu discurso de desconfiança e "em pouco tempo se impõe, assim, como o opositor mais radical, e o mais politicamente incorreto, do então presidente" (Empoli, 2019, p. 94).

Em "*Engenheiros do Caos*", Giuliano Da Empoli destaca que mesmo antes da candidatura de Donald Trump, já havia indícios de quais seriam as principais estratégias a serem utilizadas pelo Trumpismo. A primeira delas consistia no "sinal de fumaça" para se aproximar de seu eleitorado, composto principalmente por brancos impregnados de preconceitos, como racismo e homofobia. A segunda se valia da criação de teorias conspiratórias por elites globais que desejavam ir contra os interesses do povo americano. A terceira estratégia – e talvez a que tenha dado mais força e visibilidade ao Trumpismo – foi a criação e disseminação massiva de *Fake News*.

Ao lançar-se como candidato à presidência, Donald Trump tornou-se ainda mais polêmico<sup>13</sup>, reforçava o sentimento contra os imigrantes, pregava o ultranacionalismo com o *slogan* de campanha "*Make America Great Again*", dava declarações misóginas e demonstrava uma postura negacionista frente às mudanças climáticas.

Além de suas declarações, frequentemente associava a imagem de sua oponente à escândalos, o de maior destaque foi o Pizzagate<sup>14</sup>, que associava o chefe de campanha de Hillary Clinton a uma suposta rede de pedofilia que tinha como sede a pizzaria *Comet Ping Pong*, em Washington. De acordo com Delmazo e Valente (2016), uma pesquisa da *Public Policy Polling* demonstrou que mesmo quando grandes jornais, como o *The New York Times*, desmentiram essa teoria, ela continuava ganhando força e sendo vista como verdadeira para 14% do eleitorado de Trump, enquanto 32% não tinham certeza da veracidade da notícia.

O documentário "*Driblando a Democracia*" revela a existência de empresas especializadas na produção de *Fake News*. O site *Breitbart News* é uma delas e trabalhava em

---

<sup>12</sup> Para informações, acesse: [https://brasil.elpais.com/brasil/2016/11/09/internacional/1478660050\\_114058.html](https://brasil.elpais.com/brasil/2016/11/09/internacional/1478660050_114058.html)

<sup>13</sup> Sobre a notícia, acesse: <https://g1.globo.com/mundo/eleicoes-nos-eua/2016/noticia/2016/11/o-que-pensa-trump-30-propostas-e-declaracoes-polemicas-do-presidente-eleito-dos-eua.html>

<sup>14</sup> Leia através do link: <https://www.bbc.com/news/blogs-trending-38156985>

prol da eleição de Trump, sob o comando de Steve Bannon o portal “se tornou uma máquina de guerra a serviço das ideais reacionárias” (Driblando a Democracia, 2018).

Merece destaque, entretanto, o que mais tarde seria revelado. Em março de 2018, o *The Guardian* revelou o vazamento de dados de milhões de usuários do *Facebook*. Esses dados foram utilizados pela *Cambridge Analytica*, empresa britânica especializada em estratégias de influência, que tinha como vice-presidente Steve Bannon. Christopher Wylie, ex-funcionário da empresa e responsável pelo vazamento dessa informação para a imprensa, apontou que, ao se apropriar desses dados, a corporação ajudou a eleger Donald Trump.

O método utilizado para coletar informações de aproximadamente 87 milhões de usuários foi um teste de personalidade intitulado “*thisisyourdigitallife*”, esse teste ofertado como uma aplicação de rede social era a isca para capturar dados. Ele serviu como vetor para que a *Cambridge Analytica* tivesse acesso e pudesse extrair e explorar dados relacionais, que são mais relevantes para a “economia psíquica dos algoritmos vigente no atual capitalismo de dados” (Bentes, Bruno, Faltay, 2019, p. 5).

Nesse cenário, o que importa não é o indivíduo, mas a correlação entre personalidade e atividade de múltiplos perfis. Para Bentes, Bruno e Faltay (2019) a articulação dessas relações é capaz de revelar padrões sociais e mesmo de relação entre indivíduos, o que permite uma predição em ampla escala.

A campanha eleitoral de Donald Trump é exemplo do impacto dos algoritmos na opinião pública. No documentário supracitado a forma que opiniões e comportamentos são moldados através de propagandas veiculadas na hora e local corretos, por vezes baseadas em *Fake News*, fica clara. O perfilamento feito através dos dados focava na entrega de conteúdo para pessoas consideradas mais fáceis de influenciar, os alvos da campanha de Trump foram pessoas com comportamento ansioso e neurótico, que ficavam apavoradas com o teor das mensagens recebidas.

A obra de Thomas Huchon demonstra como o processo de manipulação de dados acontece de acordo com o desejo de quem financia o serviço, sejam políticos, empresas ou mesmo governos. Também são apresentadas ao público as figuras conservadoras que financiam e articulam as disputas eleitorais que representam suas ideologias, como foi o caso de Robert Mercer, bilionário que patrocina e apoia grupos de extrema-direita e investiu ostensivamente na campanha de Trump, em 2016.

As bases de dados armazenam dados pessoais, informações sobre situação financeira, religião e posicionamento político. Além de respostas a questionamentos que aparentam ser inocentes, como "qual super-herói é você? ", que ficam guardadas e são utilizadas estrategicamente na hora de realizar um cruzamento de dados. O enriquecimento da *Big Data* através de perfis psicológicos que revelam personalidade, inteligência, sensibilidade e motivações são capazes de conhecer o usuário tão bem quanto ele mesmo. O modelo de plataformas que atrai e prende os usuários são capazes de se retroalimentar, fazer testes e melhorias contínuas, é chamado de laboratório de plataforma por Bentes, Bruno e Faltay (2019).

Ainda há poucas informações sobre estes laboratórios, que são comparados a caixas pretas pela sua falta de transparência quanto à coleta e processamento de dados, mas apesar do funcionamento algorítmico opaco, existem evidências que eles são capazes de modular e controlar o comportamento das pessoas, pois a exposição a conteúdos de teor sentimental – positivo ou negativo – tornaram os usuários mais engajados nas plataformas (Bentes, Bruno, Faltay, 2019, p. 16).

Para as referidas autoras, a partir dessas informações é perceptível que esses experimentos empresariais e científicos afetam simultaneamente a economia, a sociedade, as subjetividades e a política. Através da criação de mundos baseados na economia psíquica dos algoritmos, a realidade concreta é alterada.

Como presidente dos EUA, o político continuou dialogando com os ideais e com os líderes da extrema-direita<sup>15</sup> e protagonizando escândalos, entre eles, uma acusação de estupro. Entre inúmeras declarações e fatos escandalosos, quando estava prestes a deixar a presidência, Trump foi banido permanentemente do *Twitter* por risco de "prolongamento à incitação da violência"<sup>16</sup>. A decisão foi tomada pela plataforma de rede social em 08 de janeiro de 2021, dois dias depois da invasão do Capitólio, promovida pelos apoiadores de Donald Trump. Mesmo depois desse ataque, o então presidente seguia classificando os participantes do ato como "patriotas" e contestando a legitimidade do processo eleitoral que, em 2021, elegeu Joe Biden.

---

<sup>15</sup> Mais informações em <https://agenciabrasil.ebc.com.br/internacional/noticia/2016-11/donald-trump-dialoga-com-lideres-da-extrema-direita>

<sup>16</sup> Acesse em <https://www.bbc.com/portuguese/internacional-55597638>

**No Brasil, o Bolsonarismo.** Nas eleições de 2018 o Brasil elegeu como representante máximo do Poder Executivo Jair Messias Bolsonaro<sup>17</sup>. Para entender como chegamos aqui, é preciso recuar e observar alguns fatores que foram cruciais para a ascensão do bolsonarismo.

Para Ana Paula da Costa Bronze e Vasco Ribeiro (2020, p. 87):

O populismo no Brasil não pode ser entendido como apenas uma manipulação isolada de uma massa sem voz, precisa ser compreendido também como uma forma de manifestação do povo em expressar as suas insatisfações e desejos perante um governo que, de alguma forma, lhe deu algum tipo de autonomia para isso.

A partir deste apontamento, é possível identificar alguns eventos que reforçaram o sentimento *antiestablishment* da população brasileira, à exemplo da operação Lava Jato em 2014, o *impeachment* da presidenta Dilma Rousseff em 2016, a crise econômica e a queda do PIB e a greve dos caminhoneiros em 2018. Destaca-se, nesse cenário, as manifestações de junho/julho de 2013 que, notadamente, marcaram o início de mudanças no cenário democrático brasileiro. Nas “jornadas de junho” as pautas – pedindo mudanças na política, no transporte público, na saúde e na educação –, apesar de legítimas, perderam lugar de mobilização e união para dar espaço à disputa de lados, marcando, então, o início de mudanças sem precedentes na história política recente do país.

Se organizando pelas redes digitais, com a *hashtag* #Vemprarua, as manifestações realizadas em junho/julho de 2013, que tomou todo o país, se iniciou contra o aumento das tarifas no transporte público, com os jovens do Movimento do Passe Livre (MPL), mudando os rumos do Brasil, “numa explosão que só teve similar – ao menos no que concerne à sua amplitude, ainda que sob formas bastante diferentes – na campanha pelo *impeachment* de Collor em 1992 e na Campanha pelas eleições diretas em 1985, ainda sob a ditadura militar.” (BRAGA, 2014). A partir daquele momento houve uma efervescência da politização e da participação social que, tomado pelo rechaço e deslegitimação do sistema político e das instituições, mais tarde, culminaria, no *impeachment* da presidenta Dilma Rousseff,

A crise financeira que atingiu o país a partir 2010 causou a estagnação salarial e desemprego em massa, o que Hoffmann (2022, p. 14) chama de "combustível para apelo a discursos mais radicais, ou seja, de raiz populista". Entre 2015 e 2017 houve uma queda na quantidade de exportações que o país fazia, seguida pelo agravamento do desemprego, que atingiu 13% da população (Hoffmann, 2022). Nesse cenário de incertezas, a população desejava

---

<sup>17</sup> Mais informações <https://www.camara.leg.br/deputados/74847/biografia>

manter seus costumes e procurava também um culpado pela tragédia para poder acusá-lo, no contexto brasileiro os problemas econômicos foram somados às acusações feitas pela operação Lava-Jato. Sobre a questão, no artigo "*A Extrema Direita no Poder: Bolsonaro e Bolsonarismo*", Fábio Hoffmann destaca que “as explicações políticas para o sucesso de Bolsonaro e o avanço do bolsonarismo são tão variadas quanto complexas, mas convergem todas para o profundo desgaste da classe política através do avanço das operações da Lava Jato.” Essa operação, realizada pelo judiciário, foi responsável pela prisão de diversas figuras políticas, como a do então ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva. A série de denúncias e detenções causou um grande desgaste e descrença da sociedade em relação aos políticos, principalmente daqueles que eram vistos como parte de um sistema tradicional.

Nesse cenário de sucessivas crises, aquele que viria a se tornar presidente da República Brasileira, já ocupava o cargo de Deputado Federal no Congresso Nacional. Considerado um deputado do baixo clero<sup>18</sup>, Jair Messias Bolsonaro nunca assumiu papel de liderança partidária, nos partidos em que esteve, não teve papel de destaque na Câmara dos Deputados e não recebeu cargos relevantes no Governo Federal. A falta de feitos notórios como político não impediu que o então Deputado ficasse conhecido nacionalmente, com declarações polêmicas sobre temas como ditadura militar, direitos LGBTQIA+ e falas misóginas. Entre 2015 e 2016, Bolsonaro já declarava publicamente seu desejo de lançar-se como candidato à presidência em 2018. A participação frequente em programas de televisão populares como o CQC, exibido pela Band, e o Super Pop, apresentado por Luciana Gimenez, deram a fama necessária para que Bolsonaro vencesse a disputa à presidência.

Em 2017, ele já ocupava o segundo lugar nas pesquisas de intenção de voto, ficando atrás apenas do ex-presidente Lula, que ainda não havia sido preso. Em março de 2018 Bolsonaro lança sua pré-candidatura filiado ao Partido Social Liberal (PSL), em abril do mesmo ano o candidato pelo PT foi detido, a partir desse momento o capitão reformado assumiu a liderança das pesquisas de intenção de voto. Sua campanha foi feita sob o *slogan* "Deus, Pátria, Família", a forte religiosidade, o discurso armamentista e o antipetismo estavam sempre presentes durante seus discursos em comícios, debates na TV aberta e, principalmente, nos sites de redes sociais e aplicativos de mensagem, como o *WhatsApp* e o *Telegram*. Além dos fatos citados acima, é importante lembrar que a desinformação foi usada como estratégia de campanha pelo candidato do PSL. No dia 18 de outubro de 2018, a Folha de São Paulo publica

---

<sup>18</sup> Mais em: <https://www.nexojornal.com.br/expresso/2017/01/29/O-que-s%C3%A3o-deputados-do-alto-e-do-baixo-clero-e-como-eles-se-relacionam-com-a-elei%C3%A7%C3%A3o-da-C%C3%A2mara>



uma reportagem revelando que empresários estavam comprando pacotes de disparo de mensagem em massa e veiculando conteúdos contra o Partido dos Trabalhadores. As desinformações espalhadas causavam pânico moral, incitaram a revolta contra a velha política e lançavam dúvidas sobre a lisura do processo eleitoral feito por meio das urnas eletrônicas<sup>19</sup>. No dia 28 de outubro de 2018, Bolsonaro venceu as eleições, o que significou a chegada da extrema direita ao Planalto. Em 01 de janeiro 2019, o presidente eleito toma posse<sup>20</sup> e, em seu discurso, ressalta a necessidade de combater a ideologia de gênero, defender os valores do cristianismo e, mais uma vez, deixou claro seu desejo de liberar o porte de armas<sup>21</sup>.

Durante os quatro anos de seu governo, Bolsonaro continuou com suas falas polêmicas, o meio mais utilizado para divulgar esses materiais eram seus perfis nos sites de redes sociais, reflexo também de sua relação desgastada<sup>22</sup> com a imprensa tradicional. O ataque aos tradicionais veículos de imprensa, ao jornalismo e aos jornalistas – sobretudo mulheres jornalistas – se consolidou como estratégia também. No período da pandemia, Bolsonaro se posicionava de forma negacionista frente aos diversos problemas que esse período trouxe, suas falas iam contra as orientações de isolamento social emitidas pela Organização Mundial da Saúde (OMS), quando o assunto era vacinação os discursos seguiam o padrão negacionistas e ganhavam ainda um tom desinformativo<sup>23</sup>, mergulhando o país em uma ampla infodemia.

Quando concorreu ao seu segundo mandato, em 2022, Bolsonaro seguiu contando com estratégias que visavam desinformar os eleitores, para isso investiu em veiculação de anúncios irregulares nas plataformas de redes sociais, divulgava conteúdos falsos sobre a ligação de seu oponente, Luiz Inácio Lula da Silva, ao crime organizado<sup>24</sup>. Após sua derrota, Jair Messias Bolsonaro contestou a legitimidade da vitória de seu oponente no *Twitter*, mas em seguida apagou a publicação<sup>25</sup>.

---

<sup>19</sup> Acesso em: <https://www.tre-mt.jus.br/eleicoes/eleicoes-plebiscitos-e-referendos/eleicoes-2018/fakenews/fake-news-ao-tentar-votar-em-bolsonaro-a-urna-eletronica-apresenta-voto-nulo>

<sup>20</sup> Disponível em: <https://www.poder360.com.br/governo/bolsonaro-toma-posse-como-38o-presidente-do-brasil-saiba-como-sera-cerimonia/>

<sup>21</sup> Disponível em: <https://www.poder360.com.br/governo/bolsonaro-toma-posse-como-38o-presidente-do-brasil-saiba-como-sera-cerimonia/>

<sup>22</sup> Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2022/06/15/jornalistas-denunciam-aumento-de-ataques-a-imprensa-durante-governo-bolsonaro>

<sup>23</sup> JUCÁ, B. Chip na vacina, “virar jacaré” e outros mitos criam pandemia de desinformação na luta contra a covid-19. Disponível em: <https://brasil.elpais.com/brasil/2020-12-20/chip-na-vacina-virar-jacare-e-outros-mitos-criam-pandemia-de-desinformacao-na-luta-contra-a-covid-19.html>. Acesso em: 4 set. 2023

<sup>24</sup> Acesse em: <https://apublica.org/sentinela/2022/10/no-2o-turno-bolsonaro-aposta-em-fake-news-que-liga-lula-ao-crime-organizado/>

<sup>25</sup> Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/politica/bolsonaro-divulga-video-que-questiona-vitoria-de-lula-mas-apaga-publicacao/>

Apesar da derrota no executivo, a extrema-direita conseguiu eleger maioria para a Câmara dos Deputados<sup>26</sup>. Esse dado é relevante quando voltamos o olhar para o dia 02 de maio de 2023, data prevista para a apreciação do PL 2.630 na Câmara dos Deputados. A comoção foi intensa e os discursos variavam de acordo com o viés ideológico dos partidos e deputados. A esquerda pedia pelo "PL2630JÁ" (ANEXO D), enquanto a direita se posicionava com o "PL2630CENSURANÃO" (ANEXO E). Neste contexto, Arthur Lira, presidente da Câmara, a pedido de Orlando Silva, relator da Proposta de Lei, optou pelo adiamento da votação. Silva alegou que precisava de mais tempo para analisar e fazer as mudanças sugeridas pelos partidos no texto do PL 2.630.

## 2.2 Sobre o *Telegram* e a emergência da regulação das plataformas

O *Telegram* se configura como uma plataforma de troca de mensagem instantânea em dispositivos móveis ou *desktops*, baseada em nuvem. Com o suporte à nuvem e as opções de gerenciamento de *cache*, o aplicativo pode ocupar quase nada de espaço de armazenamento. Criada pelos irmãos russos Pavel e Nikolai Durov, em 2013, em sua página de *Frequently Asked Questions* (FAQ), a plataforma evidencia seu compromisso com a privacidade dos seus usuários (ANEXO C). Algumas funcionalidades presentes no *Telegram* merecem destaque: os canais, grupos, criptografia cliente-servidor/servidor-cliente, bate-papo secreto, encaminhamento anônimo e exclusão de qualquer conteúdo enviado ou recebido (Katz e Urman, 2020). Ao aumentar a possibilidade de sigilo e anonimato, a plataforma soluciona o dilema dos extremistas *online*, que diz respeito "ao equilíbrio entre divulgação pública e segurança operacional na escolha de quais ferramentas digitais usar" (Katz e Urman, 2020 *apud* Clifford e Powell, 2019), de modo a tornar-se atraente para aqueles que precisam de mobilização, mas desejam manter-se no anonimato.

Outras características permitiram a sua popularidade e alcance, como a sua capacidade de agregar grupos que podem chegar a 200.000 membros, possuindo, ainda, recursos básicos como respostas, menções e *hashtags*, permitindo, ainda, a nomeação de administradores para gerenciar comunidades, sendo possível também, em grupos públicos, que qualquer pessoa possa entrar e participar. Possui *chats* secretos que, por sua vez, são recursos para quem quer sigilo.

---

<sup>26</sup> MALI, M. M., Tiago. PL e partidos de direita somarão 273 deputados na Câmara. Disponível em: <<https://www.poder360.com.br/congresso/pl-e-partidos-de-direita-somarao-273-deputados-na-camara/>>.

Além da criptografia, as mensagens não podem ser encaminhadas a outros. Quando o usuário apaga as mensagens do seu lado da conversa, o aplicativo, do outro lado do chat secreto, é solicitado a apagá-las também, seja por meio de autodestruição programada ou não. Os *chats* secretos ficam no dispositivo e não fazem parte da nuvem do *Telegram*, o que significa que o usuário só pode acessar mensagens ou ser solicitado a apagar.

Nesse contexto, a plataforma ganhou popularidade entre os grupos de extrema-direita após o *Facebook* e o *Twitter* bloquearem seus conteúdos. Para Katz e Urman (2020), apesar dos discursos veiculados na plataforma alcançarem um público menor do que no *Facebook*, por exemplo, há maiores chances de radicalização devido ao anonimato e a homogeneidade ideológica (*apud* Mudde, 2019). A promessa de um espaço livre tornou o *Telegram* o ambiente ideal para "proliferação de informações falsas, imprecisas, manipuladas ou descontextualizadas" (Maia et al., 2023).

O discurso de liberdade de expressão e privacidade a todo custo rendeu ao *Telegram* embates<sup>27</sup> com o judiciário brasileiro. Em fevereiro de 2022 a plataforma recebeu de Alexandre de Moraes, ministro do STF, um aviso de suspensão caso o bloqueio de contas ligadas a um blogueiro bolsonarista, determinado por ordem judicial, não fosse cumprido. Em março de 2022 uma intimação solicitando a exclusão de uma publicação do ex-presidente Jair Bolsonaro foi enviada à plataforma que, se descumprisse as ordens judiciais, sofreria sanções financeiras.

O imbróglio em questão entre o *Telegram* e o STF aconteceu em 10 de maio de 2023<sup>28</sup>, um dia depois da plataforma disparar para seus usuários uma mensagem, como já destacado, contrária ao PL 2.630. O ministro Alexandre de Moraes, como já mencionado, determinou que a mensagem fosse apagada em uma hora, além de ordenar o envio de um novo recado aos usuários, explicitando que o texto anterior era desinformativo. Caso a decisão não fosse cumprida, as atividades da empresa seriam suspensas por 72h e a mesma receberia multa de R\$ 500 mil por hora. Além disso, o ministro exigiu que a PF ouvisse os representantes do *Telegram* no Brasil em 48h.

O posicionamento do *Telegram* frente à possibilidade de regulação demonstra como as plataformas tomam proveito de sua posição de privilégio na comunicação *online*. Ao divulgar para sua base de clientes uma mensagem com falsas informações e incitar o povo a contestar uma decisão política com base em conteúdo falacioso, grandes empresas estrangeiras afetam

<sup>27</sup> Acesse em: <https://www.estadao.com.br/politica/blog-do-fausto-macedo/telegram-relembre-polemicas-embate-moraes-suspensao/>

<sup>28</sup> Mais informações acesse: <https://portal.stf.jus.br/noticias/verNoticiaDetalhe.asp?idConteudo=507036&ori=1>

diretamente a estrutura democrática e colocam em xeque a credibilidade das instituições do país.

A crescente onda mundial de desinformação – que repercute diretamente na opinião pública e afeta diferentes aspectos do contexto social –, vem promovendo debates no mundo inteiro acerca da emergência de leis de combate à desinformação em sites e plataformas de redes sociais. Sob a influência da *Cambridge Analytica*, já mencionada, muitos desses debates ocorreram após o resultado do Brexit no Reino Unido, em 2015, quando a desinformação foi usada como ferramenta para ampliar a crise com intenção de influenciar a consulta popular sobre a permanência do Reino na União Europeia. E também nas já citadas eleições americanas de 2016, quando, segundo Farias (2023), Donald Trump usou o termo *Fake News* para desqualificar todo conteúdo jornalístico que ele considerava desfavorável ou quando era favorável a seus concorrentes na disputa pela presidência dos Estados Unidos.

Ainda de acordo com Farias (2023), no Brasil, a questão se tornou central no Congresso Nacional primeiramente em 2018, quando se identificou o uso de robôs e tecnologia de impulsionamento de desinformação com objetivo de difamar e abalar a imagem de pessoas e influenciar o resultado eleitoral (*apud* Kaufman, 2019) que, por sua vez, culminou na instauração de uma Comissão Parlamentar Mista de Inquérito (CPI)<sup>29</sup> para investigar os ataques cibernéticos que atentaram contra a democracia. O autor ainda destaca, em um segundo momento, a pandemia da SARS-CoV-2, quando representantes da Comissão Temporária da COVID-19 destacaram a velocidade e o efeito destrutivo da desinformação no combate ao vírus o que levou a OMS a classificá-la como Infodemia.

Nesse contexto, o Projeto de Lei em questão – Lei Brasileira de Liberdade, Responsabilidade e Transparência na Internet – coloca ao centro a emergência em se regular as plataformas digitais, sobretudo por estas serem os meios pelos quais a notícias falsas circulam. As *Fake News*, nesse contexto, referem-se à circulação de notícias falsas que, através de conteúdo ambíguo e/ou enviesado, carregam fatos distorcidos, induzindo ao erro e à manipulação da opinião pública, “além de conseguir desprestigiar ou exaltar pessoas e instituições, em diferentes momentos, para obter vantagens ou tumultuar o contexto social” (Farias, 2023). Isso ocorre, então, em um ambiente em que os conteúdos podem ser disseminados de forma instantânea – como através do *Telegram* – e onde os fatos podem ser subvertidos e contados a partir de diferentes vieses e interesses.

---

<sup>29</sup> Os trabalhos da citada CPI foram suspensos em março de 2020.

O autor ainda destaca que a ambiência digital viabilizou a distribuição com amplo alcance das *Fake News* em uma perspectiva de livre acesso, sem a curadoria dos meios de comunicação que antecedem a internet, permitindo que outro curador entrasse em cena na mediação, ou seja, permitiu uma curadoria desenhada a partir da análise da rede de contatos, dos acessos e da interação na rede, facilitando assim o alcance de muitos sujeitos a um conteúdo escolhido para o tipo de perfil do usuário, conforme destaca Kaufman (2019, p. 51). Dessa forma, observa-se que a automação entrega uma informação personalizada por filtragens de conteúdo, ou seja, “deslocam o *gatekeeper* humano para o *gatekeeper* algoritmo, que capta, organiza e dá acesso à informação digitalizada” (Farias, 2023).

Pautando o debate brasileiro para a elaboração de uma legislação própria, embora se considere os diferentes contextos, diferentes países – como Singapura, Vietnã, China, Malásia, Sri Lanka, Rússia, França e Alemanha – adotaram legislações específicas para combater e responsabilizar os responsáveis pela produção, patrocínio e compartilhamento de desinformação na rede

O Projeto de Lei 2.630/2020, através do seu relator, o deputado Orlando Silva apresentou, em maio deste ano, seu parecer sobre a matéria que, em linhas gerais, obriga que provedores sejam representados por pessoa jurídica no Brasil; criminaliza a divulgação de conteúdos falsos por meio de contas automatizadas, as chamadas contas-robô; responsabiliza os provedores pelos conteúdos de terceiros cuja distribuição tenha sido impulsionada por pagamento; determina que as plataformas digitais mantenham regras transparentes de moderação; determina a retirada imediata de conteúdos que violem direitos de crianças e adolescentes; estabelece remuneração pelo conteúdo jornalístico utilizado por provedores; estende a imunidade parlamentar às redes sociais; deixa claro que a liberdade de expressão é direito fundamental dos usuários dos provedores e que as proibições presentes na lei não podem restringir: o livre desenvolvimento da personalidade individual; a livre expressão; e a manifestação artística, intelectual, de conteúdo satírico, religioso, político, ficcional, literário ou qualquer outra forma de manifestação cultural.

O PL 2.630/20 aprovado conta com 36 artigos que visam a regulação da estrutura de comunicação digital dos sites de redes sociais e dos serviços de mensagem, com o objetivo de dar transparência ao debate público, detalhando mecanismos para combater as *Fake News* e a criação em massa de desinformação, atribuindo multa às plataformas digitais, além de responsabilizar agentes públicos. Entretanto, embora não seja objetivo do presente trabalho, destaca-se que são muitas as críticas às emendas e a própria Lei. Como destaca Farias (2023),

o PL 2.630 aponta para a falta de debate público, uma vez que não foi aberto o espaço para diferentes setores da sociedade, inclusive de consulta popular, conforme prevê a Constituição Federal. O autor ainda ressalta que a ausência do debate público “ampliou as manifestações de diferentes campos da ciência sobre a proposta aprovada”, reforçando, ainda, que cabe à “Câmara dos Deputados Federais a missão de abrir o diálogo com a sociedade sobre diferentes pontos do PL, como monitoramento, curadoria e guarda de conteúdo, liberdade de expressão, conselho, educação midiática, direitos e deveres do cidadão e empresas nas redes, consolidação de leis, entre outros temas”.

Entretanto, organismos internacionais estão participando ativamente das discussões sobre o tema, como a ONU que lançou o "Painel de alto nível para cooperação digital" e a Unesco que promoveu a conferência<sup>30</sup> com o tema "Por uma internet confiável". Destaca-se, ainda, que em junho de 2018, David Kaye, relator especial da ONU, apresentou um relatório<sup>31</sup> sobre a regulamentação de conteúdo *online* pelos Estados e provedores de conteúdo ao Conselho de Direitos Humanos, na Suíça.

Para Urupá e Valente (2020), ao lançar o olhar para acontecimentos como o escândalo da *Cambridge Analytica*, a disseminação de desinformação e seus impactos nas eleições de Trump, em 2016, e de Bolsonaro, em 2018, além dos ataques e mortes decorrentes de mensagens em países como Índia e Líbia, fica perceptível a necessidade de estabelecer regras para as plataformas. Nesse sentido, os autores defendem a regulação uma vez que consideram a assimetria entre as plataformas e seus usuários e a “insuficiência dos instrumentos normativos atuais para lidar com esses problemas, para garantir competição e para assegurar direitos e responsabilidades” (Urupá e Valente, 2020).

### 2.3 A ascensão das *Big Techs*, a natureza da mídia e a plataformização da sociedade

Após o advento da internet, o mundo viveu um momento de otimismo digital. A possibilidade de descentralização do poder da mídia tradicional, o fácil acesso a informações com fontes variadas e produção de conteúdo independente foi vista com entusiasmo, como

---

<sup>30</sup> Disponível em: <https://www.unesco.org/pt/articles/na-unesco-um-chamado-para-regulamentar-plataformas-digitais-diante-da-desinformacao-e-do-discurso-de>

<sup>31</sup> Relator da ONU avisa que moderação de discurso na internet ameaça liberdade de expressão | **ONU News**. Disponível em: <<https://news.un.org/pt/story/2018/07/1631712>>.

forma de se tecer o que Lévy (2015) denominou de inteligência coletiva. Mielli (2021) aponta que "até o início dos anos 2000, a topologia de redes baseadas em protocolos abertos, resilientes e interoperáveis apontava para seu potencial democrático e de expansão". Registra, ainda, que atualmente, "o maravilhamento frente aos avanços tecnológicos e suas "possibilidades democráticas ou evolutivas oferecidas por ferramentas cibernéticas fazem parte da construção ideológica do grande capital concentrado no Vale do Silício".

Para Mielle (2021), ao passo que estudiosos percebiam a relação próxima das redes com a lógica capitalista vigente e o desenvolvimento da própria internet, o olhar utópico se alterava. A ideia de "uma rede de redes aos poucos se partiu e perdeu seus nós à medida que foi sendo ocupada por plataformas privadas que capturaram o fluxo e a dinâmica de trocas para dentro do seu território particular" (Mielle, 2021). Nesse cenário, a lógica da sociedade de redes passou a ser suprimida pelos monopólios das *Big Techs*, grandes empresas associadas a plataformas de uso intensivo de dados (Morozov, 2018). Corporações como *Alphabet, Apple, Amazon e Meta* ganharam poder de forma jamais vista e passaram a desenhar não somente uma nova economia, mas também uma nova política (Mielle, 2021 *apud* Levy, 2020).

É importante ter consciência que os dados dos usuários são o principal insumo deste tipo de negócio. Morozov (2018) aponta que o capitalismo dadocêntrico transforma as experiências de vida em artigos rentáveis ao captar informações, por exemplo, sobre os relacionamentos, hábitos de sono e vida familiar. Os dispositivos ubíquos se inserem no cotidiano com a promessa de tornar a vida mais eficiente, mas para Morozov (2018) existe algo que vai além disso. De acordo com o autor, o mundo *smart* revela uma opção política empolgante, pois:

Se tanto do nosso comportamento cotidiano já foi capturado, analisado e manipulado, por que deveríamos nos deter nas abordagens não empíricas da regulação? Por que confiar em leis, se podemos contar com sensores e mecanismos de retroalimentação? Se as intervenções políticas devem ser - para fazer uso das expressões da moda - 'baseadas em evidências' e 'voltadas para resultados', a tecnologia está aqui para ajudar. (Morozov, 2018, p. 84).

Morozov (2018), acerca dessa questão, nomeia esse tipo de governança como regulação algorítmica e pontua que o programa político do Vale do Silício é baseado nessa regulação. Nesse contexto, esse processo de curadoria de conteúdo pautada pelos algoritmos, entrega mais alcance e visibilidade aos conteúdos que mais agradam cada usuário, tornando esse processo totalmente opaco, contribuindo para a polarização em campos como o social, político e religioso (Mielli e Romanini, 2021). Ao pensar que os algoritmos seguem a lógica matemática é comum

imaginar que eles tenham como premissa a neutralidade e imparcialidade, mas de acordo com Kitchin, citado por Mielli e Romanini (2021, p. 144) esses sistemas:

[...] não são neutros nem na sua modelagem inicial, programada e supervisionada por pessoas (trabalhadores ou prestadores de serviços das plataformas), nem no processo de aprendizagem não supervisionado, alimentado por dados, porque eles são desenvolvidos para criar valor e capital, para impulsionar um comportamento e estruturar preferências de uma certa forma; e para identificar, selecionar e classificar pessoas.

Morozov (2018) também pontua que os discursos sobre as lógicas de programação os colocam como perfeitos e racionais, mas ao fazer isso ignora-se a complexidade das relações humanas e resume narrativas complexas em regras breves e explicações simplistas.

Atualmente, as plataformas são mais do que uma ferramenta para uso recreativo, elas passaram a ser um espaço que reflete redes sociais e discursos que atravessam a sociedade (Recuero e Soares, 2020). Barberá (2015) aponta que as plataformas aumentaram o volume de informações às quais somos expostos e as diferenças de nossas redes de comunicação. Derakhshan e Wardle (2017) trouxeram contribuições ao debate ao indicar como a realidade da nova ambiência digital facilitou o acesso à informação, tornando possível que qualquer pessoa com acesso à internet consuma e produza conteúdo, fazendo a informação circular em tempo real, diminuindo as chances de que ela seja questionada.

No campo da política, as mídias sociais tornaram-se um ambiente em que políticos passaram a expressar suas crenças e opiniões sem a mediação dos meios de comunicação tradicionais. Esse cenário, notadamente, viabilizou a propagação de desinformação *online* voltada, inclusive, para períodos eleitorais, como pôde ser visto no Brasil. Ao perceber o poder das *Fake News* aplicadas ao discurso político, candidatos, governantes e partidos políticos passaram a usar a desinformação de forma estratégica nas mídias sociais. A extrema-direita tornou-se especialista nesse assunto e apropriou-se dos algoritmos dos sites de redes sociais para difundir suas crenças. Para Morozov (2018) "a democracia está se afundando nas *Fake News*", o autor aponta o Brexit e a eleição de Trump em 2016 como efeito direto das *Fake News*, mas deixa claro que essa é apenas uma forma mais cômoda de enxergar a crise, que está ligada mais profundamente às questões econômicas e à frustração da sociedade com as instituições existentes. Morozov (2018) ressalta ainda que esse fenômeno não é novo e que mesmo antes havia auxílio político e financeiro para grupos que disseminavam desinformação, o que o diferencia nos dias de hoje é a infraestrutura digital poderosa da qual os divulgadores



de *Fake News* dispõem, que conta inclusive com a possibilidade de criar anúncios virtuais que alcançam um público maior. O capitalismo digital torna a produção e a disseminação de conteúdo falacioso um negócio altamente lucrativo para plataformas como *Google* e *Facebook*, além de ter como subproduto as *Fake News* (Morozov, 2018).

A ascensão das *Big Techs*, como modelos de negócios exponenciais, se firma essencialmente pelas oportunidades ofertadas pela tecnologia digital e, nesse sentido, é possível afirmar que é a natureza da mídia que conforma todo esse cenário exposto. Em tempos de conectividade contínua, entender como a hiper mobilidade cria espaços fluidos no interior das plataformas e torna a existência humana ubíqua é fundamental para entender os efeitos colaterais do paradoxo da presença nas dimensões físicas, psicológicas e computacionais (Santaella, 2013). Essa revolução das mídias transforma as formas de distribuir, produzir e comunicar-se, que são mediadas pelo computador e dispositivos ubíquos, e deverão trazer consequências profundas para sociedade, como expõe Santaella (2013).

Sobre essa questão, Manovich (2011) aponta cinco princípios da *new media*, três deles merecem atenção especial neste trabalho: o primeiro diz respeito à automação, que é definida pelo autor como a capacidade que o computador tem de substituir a ação humana por meio de processos automatizados, mesmo que a atuação humana seja indispensável para criar estes processos; o segundo é chamado de variabilidade e está relacionado ao fato dos objetivos das novas mídias serem mutáveis e assumirem uma infinidade de versões; e o terceiro princípio que requer atenção é o da transcodificação, quando o autor expõe que tudo pode ser transformado e convertido em outro formato, dada a mutabilidade desses objetos, eles podem ter sua estrutura continuamente alterada a partir da camada computacional e seu duplo presentificado nas interfaces gráficas dos artefatos tecnológicos.

No contexto político, as novas mídias têm sido utilizadas por diversos atores que transitam nesse espaço. Parlamentares, assessores e ativistas políticos se apropriaram dessa ferramenta para emitir seus discursos para o público de forma mais direta e também mais veloz. A pluralidade de vozes ampliou as potencialidades da comunicação política, mas também trouxe problemas como desinformação, discurso de ódio e polarização.

Para compreender melhor a configuração atual da sociedade, é importante pensar sobre a plataformização da sociedade, termo cunhado por Poell, Nieborg e Van Dijck (2020) e também sobre os impactos das *Big Techs* sobre o tecido social. As transformações digitais da

última década criaram uma sociedade impactada pelos meios digitais, nesse cenário emergem os estudos de plataformas, em que D'Andréa (2020) destaca que:

Um aspecto que consolida e singulariza a ideia de “plataforma *online*” é a crescente adoção de uma arquitetura computacional baseada na conectividade e no intercâmbio de dados. Baseadas em robustas infraestruturas – em geral nomeadas como servidores “na nuvem” –, as plataformas se consolidam a partir de um modelo centralizado de fluxos informacionais e financeiros.

Ainda sobre esse assunto, é importante refletir sobre como os recursos maquínicos moldam os usuários, mas também como os usuários se apropriam dos recursos de forma criativa, o que implica na recriação diária das plataformas (D'Andréa, 2020). Como exemplo de plataformas é possível citar as *Big Five: Alphabet-Google, Amazon, Apple, Facebook e Microsoft*. Atualmente estas empresas se inserem no cotidiano da população e centralizam atividades básicas e estratégicas, com repercussão e influência de tais corporações em processos eleitorais, uso de dados pessoais para uso comercial e algoritmos e bases de dados que perpetuam preconceitos. D'Andréa (2020) ainda pontua que essa preocupação não atribui à tecnologia o poder de controle, mas sim a necessidade de reconhecer que a lógica das plataformas tem influência direta na forma de compreender e gerir as relações com o outro. O termo plataforma se difere do termo site de rede social ao passo que, enquanto o segundo enfatiza a esfera de relacionamentos presentes nas plataformas, o primeiro refere-se ao âmbito material, econômico e político da presença *online* (D'Andréa, 2020).

Para Van Dijck, Poell e Wall (2018) as plataformas se entrelaçam com a dimensão física, cultural e econômica. Os autores afirmam que o insumo básico das plataformas são os dados, elas são organizadas através de algoritmos e *design* de interfaces, seu funcionamento se dá através de propriedades que seguem modelos de negócios, além de serem orientadas por meio de acordos entre seus usuários. O termo "plataformização" também extrapola o espectro maquínico e pode ser usado para explicar a crescente dependência de setores de produção cultural, como o mercado da música com *Spotify*, de filmes com a *Netflix*, de games pela *Twitch*, estes são apenas alguns exemplos das mudanças culturais provocadas pelas plataformas. Van Dijck, Poell e Wall (2018) também chamam atenção para o fato de que a sociedade atual está ligada ao que eles chamam de ecossistema das plataformas globais. Além das mídias sociais, muitas pessoas têm a rotina mediada por aplicativos que exercem as mais variadas funções, podendo monitorar a saúde, como o *Apple Health*, solicitar transportes, como a *Uber* ou mesmo mediar a educação em universidades, como o *Google Classroom*. A percepção de que a

sociedade estava se adequando às lógicas de plataformas fez com que Van Dijck, Poell e Wall (2018) sugerissem a adoção do termo "Sociedade de Plataforma".

Atualmente, as mediações *online* são feitas por arquiteturas privadas e opacas (D'Andréa, 2020), o que gera preocupações acerca de seus impactos na sociedade. As plataformas fazem mais do que facilitar a presença *online*, elas comunicam-se entre si por meio de troca de dados para perfilar seus usuários, de modo a oferecer conteúdos e serviços personalizados para determinado indivíduo. Os autores propõem o uso do termo datificação para evidenciar os processos de monitoramento, previsões e classificações. A partir desse sistema existe a ideia de que tudo pode ser transformado em dado armazenável, essa lógica tem como consequência o que o autor chama de dataísmo, que consiste na crença que tudo pode ser quantificado de forma objetiva. Entretanto, pontuam ainda que "não há objetividade ou neutralidade nas iniciativas de armazenar, interpretar e gerir o social a partir de dados estruturados".

Dentre os conceitos importantes para compreender a datificação está o de metadados, que podem ser entendidos como os dados que "informam detalhes sobre outros dados para os descrever e interpretar" (D'Andréa, 2020). Nos sites de redes sociais os comentários e curtidas relacionam-se com os perfis envolvidos, horário e local em que a ação foi executada, a partir do cruzamento e da interpretação dos metadados, D'Andréa (2020) aponta que "se efetiva a identificação de potenciais públicos calculados para fins comerciais (direcionamento de anúncios) ou políticos (identificação de potenciais suspeitos de um crime, por exemplo). Outro conceito importante é o de *Application Programming Interface* (API), através delas os componentes de um software requisita dados a um servidor, são as APIs que permitem aos desenvolvedores e usuários externos acessem, de forma controlada, uma parte dos dados armazenados pelas plataformas. Para D'Andréa (2020), foram as APIs que surgiram como uma infraestrutura computacional que possibilitou a economia de dados.

Em consonância com os outros termos, é necessário entender o que são os algoritmos, pois a partir deles os dados são processados. Os algoritmos são definidos por D'Andréa (2020) como:

[...] uma sequência de instruções de programação escrita para cumprir tarefas pré-determinadas, ou seja, para transformar dados em resultados. Ainda que restritiva, essa definição já sinaliza que os conjuntos de dados produzidos e armazenados pelas plataformas *online* dependem de rotinas computacionais pensadas para produzir relações entre eles. Sendo assim, datificação e mediações algorítmicas são fenômenos interdependentes.

Tendo em vista o que são os algoritmos, é importante perceber que as mediações feitas por eles precisam ser vistas como "construtos que revelam, reforçam ou mesmo propõem visões de mundo" (D'Andréa, 2020). Dois outros fatores que fazem com que os algoritmos sejam vistos como uma ameaça, o primeiro é o fato deles serem impenetráveis, portanto, é difícil examinar seu funcionamento de forma integral, o segundo diz respeito a sua executabilidade e as ações que eles desencadeiam (D'Andréa *apud* Introna, 2016). A partir da interpretação e geração de novos dados, os algoritmos instauram novas lógicas de funcionamento da informação, de tal maneira que eles se apropriam dos dados disponíveis e identificam e geram novos padrões, tendências e fazem previsões mais precisas (D'Andréa, 2020).

Atualmente, as *Big Techs* são protagonistas do sistema capitalistas, sua economia de mercado é baseada em "movimentações financeiras transacionais de forte caráter especulativo e que acirra as desigualdades e assimetrias em âmbitos locais e globais" (D'Andréa, 2020).

Dadas as problemáticas relacionadas às plataformas, como já destacado, faz-se necessária a governança na internet, ou seja, um conjunto diversificado de mecanismos e práticas técnicas, políticas, jurídicas e comerciais que regulam o funcionamento. Como documentos de governança comum a todas as plataformas é possível citar os termos de serviços e diretrizes para a comunidade, o primeiro documento tem destaque jurídico, enquanto as diretrizes versam sobre as expectativas da plataforma sobre o comportamento dos usuários (D'Andréa, 2020 *apud* Gillespie, 2018). É válido salientar que estes documentos raramente são lidos pelos usuários. Estes mecanismos são incapazes de evitar comportamentos ilegais ou inapropriados, por isso, um dos aspectos centrais da governança nas plataformas é a moderação de conteúdo, a partir dela é possível tirar conteúdo de circulação, rotular postagens que contém conteúdo sensível ou mesmo diminuir o alcance de publicações inapropriadas. Para além da filtragem automática feita de forma algorítmica, são necessários critérios mais rígidos para determinar o que é prejudicial ou não.

Tendo em vista o cenário acima, é evidente a complexidade das lógicas que regem o mundo político, econômico e tecnológico (Morozov, 2018). Os modelos adotados são pensados para distrair e maximizar a quantidade de tempo e, conseqüentemente, de dados que são captados. O sistema de extrativismo de dados articulado com os fenômenos políticos faz com que a política em si se modifique. O crescimento veloz da inteligência artificial generativa, por exemplo, aponta para desafios que ainda estão se desenrolando.

Para Morozov (2018) é possível perceber os efeitos de um "novo consenso algorítmico" nos esforços para identificar e remover *Fake News* das plataformas, o foco nos financiadores de desinformação evidencia essa mudança, outro ponto citado por Morozov (2018) é que as notícias falsas sempre existiram, mas circulam em maior volume porque se adequam ao modelo de negócios baseados em cliques.

Ao analisar os impactos causados pelos oligopólios tecnológicos na opinião pública e, por consequência, o uso de dados para criar mensagens segmentadas para eleitores e incitar discursos neoliberais que se adequam à lógica das *Big Techs*, é possível perceber como a infraestrutura computacional é utilizada pela extrema-direita para expandir seus ideais através do globo.

### 3. CAPÍTULO II | ARCABOUÇO TEÓRICO-METODOLÓGICO

Dado o objetivo do presente trabalho, que é analisar as linhas discursivas em torno da mensagem enviada pelo *Telegram* acerca do PL 2.630 na plataforma *Twitter* Brasil em um determinado período, esta apuração partiu de uma abordagem dedutiva e estruturou-se numa perspectiva qualitativa-exploratória.

O desenho metodológico desta pesquisa foi traçado a partir de uma perspectiva da metodologia de análise de redes sociais – ARS (RECUERO, BASTOS e ZAGO, 2015). A partir desta metodologia foi possível analisar as linhas discursivas a partir do objeto empírico tomado para fins de análise. Ao estudar a interação entre usuários que tuitaram com o termo "*PL 2.630*" e "*PL Fake News*" entre os dias 09 e 19 de maio, período pós votação da proposta de lei e decisões do STF, é possível observar a perspectiva de diversos grupos em relação ao tema. Para isso, foram coletados dados de perfis abertos ao público, que podem ser acessados por usuários ou não usuários da rede social. A plataforma do *Twitter* Brasil foi escolhida pela possibilidade de acesso aos dados públicos. Além disso, é um espaço em que há diversas discussões sobre notícias que estão em alta no momento.

A análise de redes sociais é uma metodologia que permite a compreensão de fenômenos como a desinformação e a polarização no ambiente virtual. Além disso, é uma forma de melhorar o entendimento sobre conceitos que surgem com a nova forma de consumir informação, como câmaras de eco e filtros-bolha. No contexto da Lei Brasileira de Liberdade, Responsabilidade e Transparência na Internet, as ferramentas da ARS ajudam no entendimento de como informações importantes sobre uma proposta de lei que visa regular as plataformas circulam nesses espaços. Esta metodologia também colaborou com a compreensão sobre a disposição e relevância dos personagens que participaram dessas discussões.

#### 3.1 Aspectos teóricos-metodológicos

O advento da internet e os avanços dos dispositivos tecnológicos demandaram uma nova forma de se relacionar com um volume de dados jamais visto. A coleta de dados feita pelas plataformas é cada vez maior, visto que os sites de redes sociais se tornaram parte da rotina de

grande parte da população brasileira<sup>32</sup>. As próprias plataformas incentivam que o usuário exponha sua vida e suas opiniões, como é o caso do *Twitter* que pergunta na sua página inicial "o que está acontecendo?". O Brasil possui a quarta maior base de usuários do *Twitter* no mundo, fato que evidencia a presença intensiva dos mais diversos públicos nesse espaço<sup>33</sup>.

Em uma sociedade que preza por uma experiência de compra cada vez mais personalizada, esses dados se tornam matéria preciosa para o mercado. Com as informações certas em mãos, as empresas podem criar e aprimorar suas estratégias de marketing, trabalhar no posicionamento de marca e, assim, aumentar suas vendas. Atualmente, ferramentas de monitoramento de sites de redes sociais são capazes de extrair informações valiosas para as marcas.

Ao voltar o olhar para o cenário político, os dados também são valiosos. O fato ficou evidenciado nas eleições americanas de 2016, quando Donald Trump se elegeu ao contar com estratégias da empresa de análise de dados *Cambridge Analytica*<sup>34</sup>, o que se tornou um grande escândalo e trouxe à tona a forma com que os dados, coletados através dos sites de redes sociais, são utilizados.

Pesquisadores apontam que há diversas possibilidades para a utilização desses dados, no caso dessa pesquisa, eles serão utilizados como forma de compreender as principais narrativas criadas sobre o PL 2.630 no site de rede social *Twitter*, além de identificar quais são os principais termos e autores que versam sobre a referida proposta de lei. Jogar luz ao processo e na metodologia de análise de rede é também uma forma de reafirmar a importância do estudo e compreensão dos fenômenos que estão presentes nas plataformas.

Para facilitar o entendimento da metodologia e dos procedimentos metodológicos, serão apresentados alguns conceitos fundamentais. A análise de rede tem foco na estrutura da sociedade e busca compreender conexões entre grupos através da relação de seus principais atores. Para Recuero, Bastos e Zago (2015) a ARS é um conjunto teórico focado na compreensão das estruturas sociais e seus papéis.

---

<sup>32</sup> VELOSO, Ana Clara. Brasil é o terceiro país que mais consome redes sociais: Uso constante tem impactos econômicos e psicológicos, além de gerar riscos, dizem especialistas. O Globo. Rio, 2023. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/economia/tecnologia/noticia/2023/03/brasil-e-o-terceiro-pais-que-mais-consome-redes-sociais.ghtml>. Acesso em: 26 ago. 2023.

<sup>33</sup> Acesso através do link de acesso: <https://valorinveste.globo.com/mercados/internacional-e-commodities/noticia/2022/04/25/brasil-tem-a-quarta-maior-base-de-usuarios-do-Twitter-no-mundo.ghtml>

<sup>34</sup> Entenda o escândalo de uso político de dados que derrubou valor do Facebook e o colocou na mira de autoridades. G1, 20 mar. 2018. Economia. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/tecnologia/noticia/entenda-o-escandalo-de-uso-politico-de-dados-que-derrubou-valor-do-facebook-e-o-colocou-na-mira-de-autoridades.ghtml>.

Existem alguns elementos na ARS que são provenientes da teoria dos grafos<sup>35</sup> e da sociometria<sup>36</sup>. A metodologia da análise de rede social difere-se das citadas anteriormente pelo seu caráter relacional, que busca a compreensão dos vínculos entre os elementos.

No livro "*Análise de Redes para Mídias Sociais*" os autores explicam que, apesar de serem tidos como sinônimos para o senso comum, os termos "redes sociais" e "sites de redes sociais" são conceitos diferentes. O primeiro diz respeito a uma metáfora para a estrutura dos agrupamentos sociais, que são formados a partir das relações entre indivíduos e servem como estrutura essencial para sociedade, enquanto o segundo diz respeito a publicização das conexões, que proporcionam a criação de laços sociais, sendo que os sites de redes sociais também permitem a produção e rastreamento dos dados, que podem ser rastreados, capturados e analisados.

Na ARS, um ator pode ser entendido como um usuário ou como um coletivo de usuários ou até mesmo um conjunto de posts publicados, estes são considerados nós da rede. A conexão entre atores pode ser visualizada como arestas entre os nós. Curtidas, respostas ou menções entre usuários podem ser consideradas elementos de conexão. De acordo com Recuero, Bastos e Zago (2015, p. 55) "[...] é possível atribuir um peso para cada conexão, como, por exemplo, o número de interação entre duas contas no *Twitter* [...]".

Nós fortemente ligados em um grafo podem ter como resultado a formação de *clusters*, que podem ser definidos como grupos que compartilham dos mesmos interesses e perspectivas. Nesta pesquisa, os termos mais frequentes foram considerados atores (ou nós), quanto maior for a frequência que o termo aparece, maior será seu tamanho, enquanto as arestas aparecem como as articulações entre esses termos.

O *Twitter* foi escolhido como espaço de análise devido a alta quantidade de contas públicas ou abertas existentes na rede, o que contribui para maior circulação de informações, além disso, o site apresentava facilidades para a coleta de dados públicos (Recuero, Zago, Soares, 2017).

A extração dos dados desta pesquisa foi feita através da API Acadêmica do *Twitter* com um código em *Python*. Para visualizar os dados utilizamos o *Looker Studio*, ferramenta do

---

<sup>35</sup> Estabelecidas na matemática, o estudo dos grafos permite a visualização das redes e suas propriedades, para Recuero et al (2015) "um grafo é a representação de uma matriz, onde os elementos (nós ou nodos) são apresentados como vértice e suas conexões (ou arcos) como arestas."

<sup>36</sup> Teoria da sociedade que estuda as redes de conexões interpessoais e seus efeitos para além do indivíduo Recuero et al (2015). Apesar de ser um método experimental, Jacob Moreno, principal estudioso da sociometria, buscou aplicar métodos quantitativos para o estudo de grupos sociais.



*Google* para criação de relatórios e painéis informativos a partir de banco de dados e planilhas. A partir dele foi criada uma *dashboard* com os 53.069 *tuítes* coletados no período de 09 a 19 de maio de 2023, o que permitiu a centralização, visualização e interpretação dos dados. Este painel criado pelo *Google Data Studio* auxiliou no melhor aproveitamento dos dados, pois possibilitou novos *insights* e apresentou mais elementos para análise.

Para apoiar parte deste estudo, os dados coletados foram processados no WORDij, um software de linguística computacional, que utiliza o aplicativo WORDLINK, processo que interpreta arquivos de texto e os converte em pares de palavras verificáveis (DANOWSKI, 1993). A coocorrência permite compreender as linhas do discurso coletado dos *tuítes* observando apenas as relações das palavras, listando os termos usados com mais frequência e seus pares, bem como as três palavras mais próximas antes e depois de cada termo.

O *software* utilizado para estruturação de dados foi o *Gephi*, que permite a visualização e análise de redes e grafos, ele possui uma série de funções e algoritmos que ajudam na transformação das informações e melhoram a visualização e o *layout* dos dados, como o *OpenOrd*, algoritmo desenvolvido por Martin et al (2011), para grandes dados não direcionados. Recuero et al (2017) destaca que uma das suas principais vantagens é a escalabilidade, pois pode atuar com um número alto de nós de maneira eficiente, o algoritmo ainda permite que o usuário ajuste as fases de construção dos dados de acordo com sua necessidade.

### 3.2 Desenho metodológico

Com o desejo antigo de utilizar a Análise de Redes Sociais em um assunto em alta relacionado à política brasileira, comecei a observar os temas que se destacavam e chegavam aos *trending topics* do *Twitter* Brasil. Quando o PL 2.630 ganhou destaque nos meios de comunicação, não havia dúvida de que essa era uma questão que causaria uma forte comoção nos sites de redes sociais, em especial na referida plataforma. Para confirmar se a hipótese levantada era válida, fiz uma busca simples usando a própria barra de pesquisa do *Twitter* e clicando na *hashtag* presente no espaço reservado aos assuntos mais comentados naquele momento. Após a definição do objeto de pesquisa, busquei insumos para construir uma rede semântica e captar informações que dariam consistência ao trabalho.

Para dar aporte teórico para a presente monografia, alguns artigos e livros foram fundamentais para elucidar tanto questões práticas quanto teóricas. Nesse sentido, a revisão de literatura e os livros que embasaram a pesquisa foram fundamentais, sobretudo para as análises. Para entender melhor o universo da ARS e dos *softwares* que captam e tornam a visualização de dados possível, assisti às aulas da Oficina de Análise de Redes Semânticas com Dados de Mídias Sociais, realizada por um grupo de docentes e discentes da Universidade de Brasília (UnB) e da Universidade Federal de Sergipe (UFS). Os doutorandos Pedro Meirelles e Aianne Amado Nunes Costa, responsáveis por ministrarem as aulas, apresentaram os principais conceitos, discussões e ferramentas necessárias para a utilização dessa metodologia. O objetivo da oficina foi capacitar pesquisadores a desenvolver ARS a partir dos conteúdos de texto presentes nas mídias sociais (*Instagram, Twitter e Youtube*).

Após a imersão no material indicado, monitorei através das *hashtags* os assuntos que envolviam política e causavam grande comoção no público. Em maio de 2023, o ministro Alexandre de Moraes ordenou que o *Telegram* retirasse uma mensagem contra o PL 2.630 do ar, seu nome ficou entre os assuntos mais comentados no *Twitter*. Identifiquei nessa etapa exploratória um objeto de estudo que poderia ser explorado a fim de compreender o que os usuários deste site pensavam sobre a decisão do ministro e o que pensavam sobre a Proposta de Projeto de Lei.

Na primeira coleta de dados foram obtidos mais de trezentos e cinquenta mil *tuites*, do dia nove ao dia dezenove de maio. Dentre eles é possível encontrar usuários expondo opinião (seja favorável ou não) sobre o assunto. No dia 02 de maio, a votação do Projeto de Lei 2.630/2020 foi adiada pelo Arthur Lira, presidente da Câmara dos Deputados. Em 09 de maio de 2023, o *Telegram* enviou, através de seu canal oficial, uma mensagem criticando o referido projeto, um dia após Moraes ordena que a plataforma apague a mensagem e que preste depoimento à PF. Os eventos mencionados me levaram a decidir como recorte para raspagem dos dados no *Twitter* o período entre os dias 09 e 19 de maio de 2023, pois estes acontecimentos podem ter direcionado as discussões sobre o PL 2.630 na rede social nesse período.

A extração dos dados foi realizada por meio de uma raspagem de dados, pois por meio de outras ferramentas ou mecanismos, que fornecem uma extração mais facilitada, não seria possível ter acesso a dados anteriores ao dia da coleta devido ao grande volume de informações que circulam diariamente no *Twitter*. Ferramentas que oferecem uma extração mais simples e mesmo softwares pagos apresentam limitações quanto ao número de mensagens que podem ser

extraídas, pois utilizam a API mais simples do *Twitter*, que limita a quantidade de mensagens que podem ser extraídas e com um período de no máximo 7 dias.

Recuero (2015) define, em seu livro “Análise de Redes para Mídia Social”, as APIs como "portas de entrada" pelas quais terceiros têm acesso a sites de redes sociais, especialmente a parte à qual os desenvolvedores e seus softwares têm acesso à ferramenta. Historicamente, o *Twitter* foi mais aberto com seus dados. Ele oferece uma versão gratuita (mais simples), uma versão paga (mais completas) e a API acadêmica (robusta e gratuita), para acessá-la é necessário que o pesquisador comprove vínculo institucional com alguma instituição de ensino superior.

Os dados foram coletados por meio do *snsrape*, um script de *Python*. A partir desta ferramenta foram raspados mais de 350 mil *tuites*. A limpeza dos dados foi feita em duas etapas: a primeira manual, com a exclusão das informações sem ligações com o escopo da pesquisa na planilha do Excel, como *tuites* contendo as palavras-chaves usadas em nossa coleta, mas também acompanhada de *hashtags* de conteúdo promovido; a segunda etapa consistiu em criar uma lista de *stopwords* (palavras vazias) no bloco de notas, as *stopwords* podem ser consideradas palavras ou termos irrelevantes e sem significado, como verbos, advérbios, conjunções e abreviações. No WORDij foi criada uma “replace list” para mesclar termos que podem ser escritos de maneiras diferentes, mas possuem o mesmo significado. A partir desse processo de limpeza foi possível gerar as visualizações que, por sua vez, permitiram o alcance das análises apresentadas a seguir.

## CAPÍTULO III | APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS DADOS

### 3.1 Raspagem e tratamento de dados

Durante o período de 09 de maio a 19 de maio de 2023, foram coletados mais de 350 mil *tuites* que continham os termos "PL 2.630" e "PL *Fake News*". Após a limpeza, trabalhamos com o total de 53.069 *tuites*.

O processo de limpeza dos dados foi realizado excluindo-se da planilha do Excel as informações sem ligações direta com o cerne da pesquisa, assim as palavras acompanhadas de *hashtag* para direcionar o conteúdo promovido, assim como as chamadas *stopwords*, palavras e/ou termos que podem ser considerados irrelevantes e vazios de significado como artigos indefinidos, definidos, conjunções, dentre outras

Para fazer as análises, os termos "PL" e "*Fake News*" foram retirados da construção dos grafos, uma vez que estão no cerne de todas as discussões deste trabalho. As discussões em torno da mensagem enviada pelo *Telegram* acerca do PL 2.630 foram visualizadas em forma de redes semânticas durante a semana em que as plataformas expressaram sua reprovação do Projeto de Lei através de mensagem (*Telegram*), conteúdo impulsionado pela própria empresa (Meta, Brasil Paralelo e *Google*) e indicação, em sua página principal, de criadores de conteúdos contrários ao PL 2.630 (*Youtube*). Também foram analisados os usuários que mais comentaram o tema e o conteúdo dessas postagens.

### 3.2 Análises e inferências

Dois eventos políticos e midiáticos direcionaram a escolha do recorte temporal deste trabalho: a mensagem enviada pelo *Telegram* sobre o Projeto de Lei 2.630/2020 e a determinação judicial de que a plataforma apagasse a mensagem, vinda de Alexandre de Moraes, ministro do STF. A crescente de *tuites* teve início no dia 09 de maio de 2023, com um total de 15.103 postagens. O primeiro pico ocorre exatamente no dia 09 de maio, data em que o *Telegram* dispara a mensagem em massa. O segundo pico ocorre logo no dia seguinte, quando Alexandre de Moraes ordena a exclusão do texto enviado pela plataforma. Para demarcar o encerramento da coleta, observou-se a queda nos comentários.





Tabela 2 - Palavras-chave do *cluster* violeta

<i>Cluster</i>	<b>Palavras-chave</b>
Violeta	<i>Telegram</i> , contra, STF, censurar, desinformação, mensagem

O *cluster* violeta, tem como centro a palavra “*Telegram*”, seguida dos termos “contra”, “mensagem” e “STF”. Ao observar esse *cluster*, é possível perceber que os termos centrais apresentam algumas discussões relevantes, a palavra *Telegram* conecta-se a termos que dizem respeito à mensagem enviada, isso é visto na conexão com os termos “desinformação” e “abusiva”. Também é possível perceber que plataformas como o *Google*, *WhatsApp*, *Facebook* e *Twitter* estão presentes nos *tuites* desse *cluster*. Outros termos que fazem parte da discussão são: Supremo Tribunal Federal, PGR, MPF, ministro, Alexandre de Moraes e inquérito, que mostra uma forte comoção advinda da decisão do Supremo de ordenar a que a mensagem fosse apagada. A conexão entre os termos censurar, STF e *Telegram* revelam que os alguns usuários perceberam a ordem emitida por Alexandre de Moraes como uma tentativa de cerceamento de liberdade, como é o caso de Mário Frias (FIGURA 3), deputado federal pelo PL-SP e do Partido Novo (FIGURA 4). É válido ressaltar as menções diretas aos perfis figuras públicas como flaviodino, lulaoficial, randolfeap, felipeneto e também de instituições como o stf\_oficial.

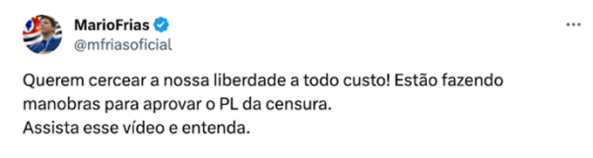
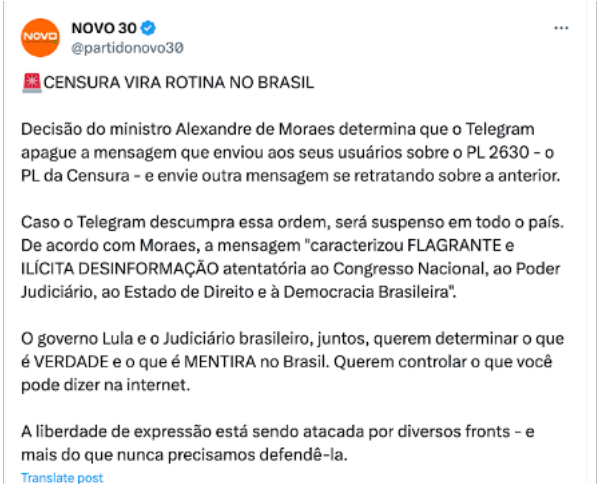
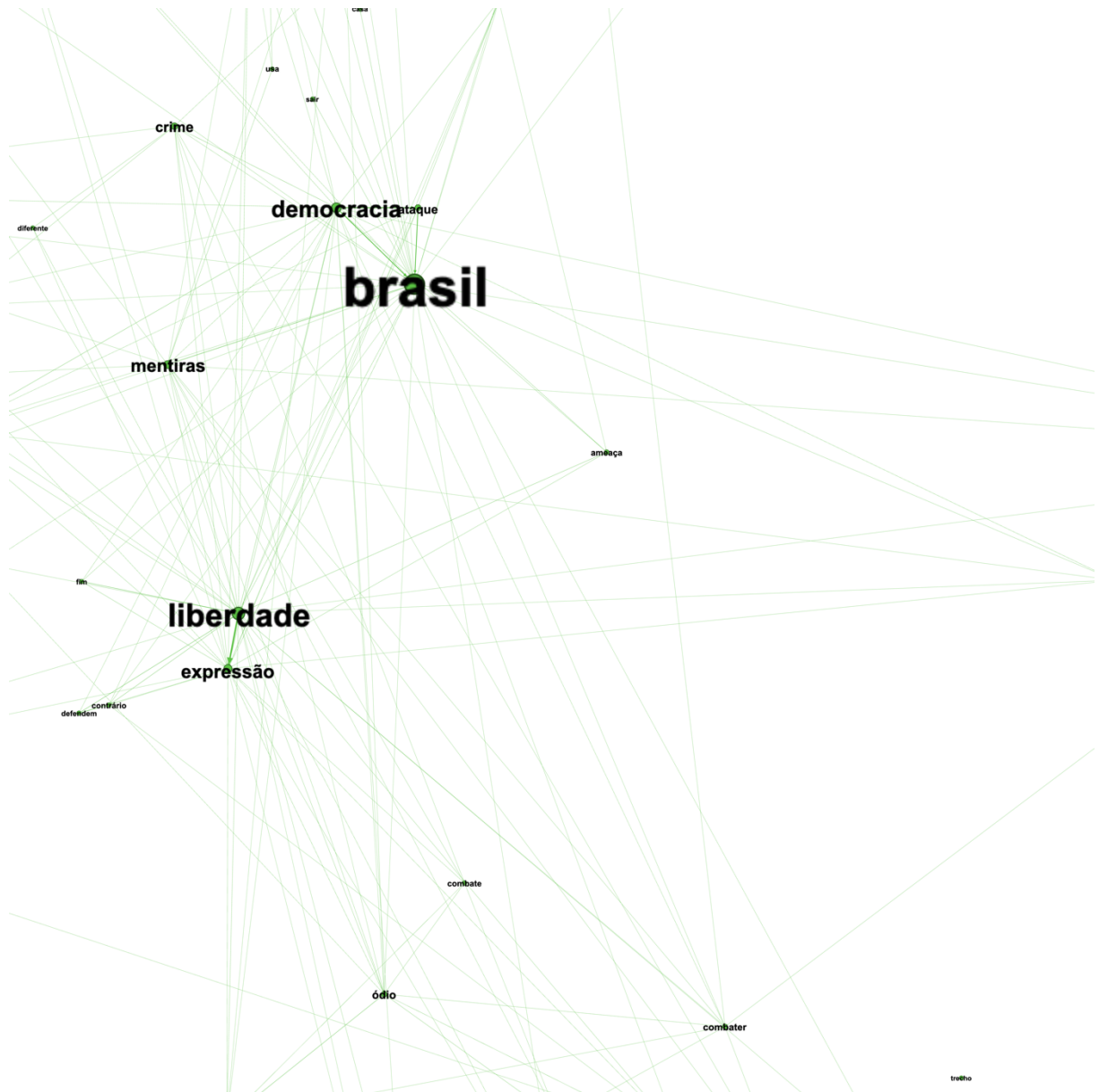
**Figura 3** - Deputado Federal chama o PL 2.630 de "PL da Censura"**Figura 4** - Partido Novo se posiciona contra PL 2.630Fonte: *Twitter.com*

Figura 5 - Cluster verde



Fonte: Elaborado pela autora

Tabela 3 - Palavras-chave do cluster verde

<i>Cluster</i>	<b>Palavras-chave</b>
Verde	Brasil, democracia, liberdade de expressão, ataque, mentiras

O *cluster* verde (FIGURA 5) mostra comentários mais específicos sobre a preocupação com a conjuntura do país. A forte conexão dos termos “Brasil”, “democracia” e “ataque” aponta para a construção de narrativas que tentavam mostrar que o Estado Democrático de Direito



estava sofrendo ataques, muitos *tuites* e *retuites* continham a própria mensagem enviada pelo *Telegram*, como é o caso do *post* feito por Ana Paula do Vôlei, comentarista política, Carla Zambelli, Deputada Federal, Gustavo Gayer, Deputado Federal, e Leandro Narloch, jornalista (FIGURA 6). O termo “mentiras” aparece na rede e está majoritariamente presente em postagens que apontam que a mensagem enviada pelo *Telegram* é carregada de mentiras (FIGURA 7) e buscam enfraquecer a ideia de que o PL acabará com a liberdade de expressão (FIGURA 8), outro termo em destaque neste *cluster*.

**Figura 6 - Publicação reproduz a mensagem do Telegram.**

**Leandro Nariloch** @lnariloch

Vamos todos reproduzir a mensagem do Telegram que Alexandre de Moraes censurou?

A democracia está sob ataque no Brasil. A Câmara dos Deputados deverá votar em breve o PL 2630/2020, que foi alterado recentemente para incluir mais de 20 artigos completamente novos que nunca foram amplamente debatidos. Veja como esse projeto de lei matará a internet moderna se for aprovado com a redação atual. Caso seja aprovado, empresas como o Telegram podem ter que deixar de prestar serviços no Brasil.

**Concede Poderes de Censura ao Governo**  
Esse projeto de lei permite que o governo limite o que pode ser dito online ao forçar os aplicativos a removerem proativamente fatos ou opiniões que ele considera "inaceitáveis" [1] e suspenda qualquer serviço de internet – sem uma ordem judicial. [2]

Por exemplo, o Ministro da Justiça requisitou recentemente sanções contra o Telegram, alegando que o aplicativo "não respondeu a uma solicitação" – antes mesmo da solicitação ser feita. Se o PL 2630/2020 estivesse em vigor, o governo poderia ter bloqueado imediatamente o aplicativo como "medida preventiva" até que o Telegram provasse que não violou nenhuma lei.

**Transfere Poderes Judiciais Aos Aplicativos**  
Esse projeto de lei torna as plataformas digitais responsáveis por decidir qual conteúdo é "ilegal" em vez dos tribunais – e fornece definições excessivamente amplas de conteúdo ilegal. [3]

Para evitar multas, as plataformas escolherão remover quaisquer opiniões relacionadas a tópicos controversos, especialmente tópicos que não estão alinhados à visão de qualquer governo atualmente no poder, o que coloca a democracia diretamente em risco.

**Cria um Sistema de Vigilância Permanente**  
O projeto de lei exige que as plataformas monitorem as comunicações e informem as autoridades policiais em caso de suspeita de que um crime tenha ocorrido ou possa ocorrer no futuro. [4]

Isso cria um sistema de vigilância permanente, semelhante ao de países com regimes antidemocráticos.

**É Desnecessário**  
O Brasil já possui leis para lidar com as atividades criminosas que esse projeto de lei pretende abranger (incluindo ataques à democracia).

O novo projeto de lei visa burlar essa estrutura legal, permitindo que uma única entidade administrativa regule o discurso sem supervisão judicial independente e prévia. [5]

**E Mais!**  
Isso apenas toca a superfície do motivo pelo qual esse novo projeto de lei é perigoso. É por isso que Google, Meta e outros se uniram para mostrar ao Congresso Nacional do Brasil a razão pela qual o projeto de lei precisa ser reescrito – mas isso não será possível sem a sua ajuda.

**O Que Você Pode Fazer Para Mudar Isso**  
Você pode falar com seu deputado aqui ou nas redes sociais hoje. Os brasileiros merecem uma internet livre e um futuro livre.

[Translate post](#)

**Figura 7 - Felipe Neto critica a mensagem do Telegram**

**Felipe Neto** @felipeneto

**ATENÇÃO!**

Essa mensagem enviada pelo Telegram sobre o PL 2630 é uma das coisas mais absurdas que eu já vi na minha vida.

90% do texto é simplesmente MENTIRA!!!

É mentira q vai acabar a liberdade de expressão.

É mentira q dá ao governo poder de censura.

É mentira q os Direitos Humanos fundamentais sejam infringidos, nenhuma autoridade dos Direitos Humanos se manifestou contrariamente ao PL 2630!!!

É mentira q o PL obriga o Telegram (ou Whatsapp ou qlq outra mensageria privada) a monitorar as mensagens trocadas entre pessoas e informar qlq coisa às autoridades. MENTIRA MESMO!

Estou totalmente sem palavras pro que o Telegram acabou de fazer... É uma insanidade completa, uma desinformação pública passada como se fosse notícia!

Espero que a justiça brasileira aja com o máximo rigor da lei contra esse absurdo. E eu peço a todos que me seguem que não acreditem em uma só linha do que informou o Telegram.

[Translate post](#)

**Figura 8 - Felipe Neto critica a plataforma e menciona perfis de autoridades políticas**

**Felipe Neto** @felipeneto

O q o Telegram acaba de fazer é estarrecedor.

Enviaram uma mensagem para todos os brasileiros, com mentiras escabrosas sobre o PL 2630.

Mentiras do mesmo nível q Jovem Pan e outros veículos bolsonaristas divulgam.

Isso é muito grave!

[@FlavioDino @alexandre @LulaOficial](#)

[Translate post](#)

**Telegram**

**Pastas Compartilháveis, Papéis de Parede Personalizados, e Mais**  
Esta atualização permite que os usuários compartilhem pastas inteiras com um link, criem papéis de parede personalizados para conversas individuais, usem apps da web em qualquer conversa, e mais. 22:03

[LEITURA RÁPIDA](#)

Hoje

O Brasil está prestes a aprovar uma lei que irá acabar com a liberdade de expressão. O PL

Fonte: *Twitter.com*



de um órgão responsável por regular as plataformas (FIGURA 10). Outra ligação entre termos que é relevante acontece entre “*big techs e lobby*” – o que indica a relação de influência<sup>37</sup> das plataformas nas decisões referentes às decisões do Congresso Nacional sobre o PL. 2.630/2020 (FIGURA 11).

**Figura 10** - Matéria sobre a sugestão da OAB de criação de um órgão regulador



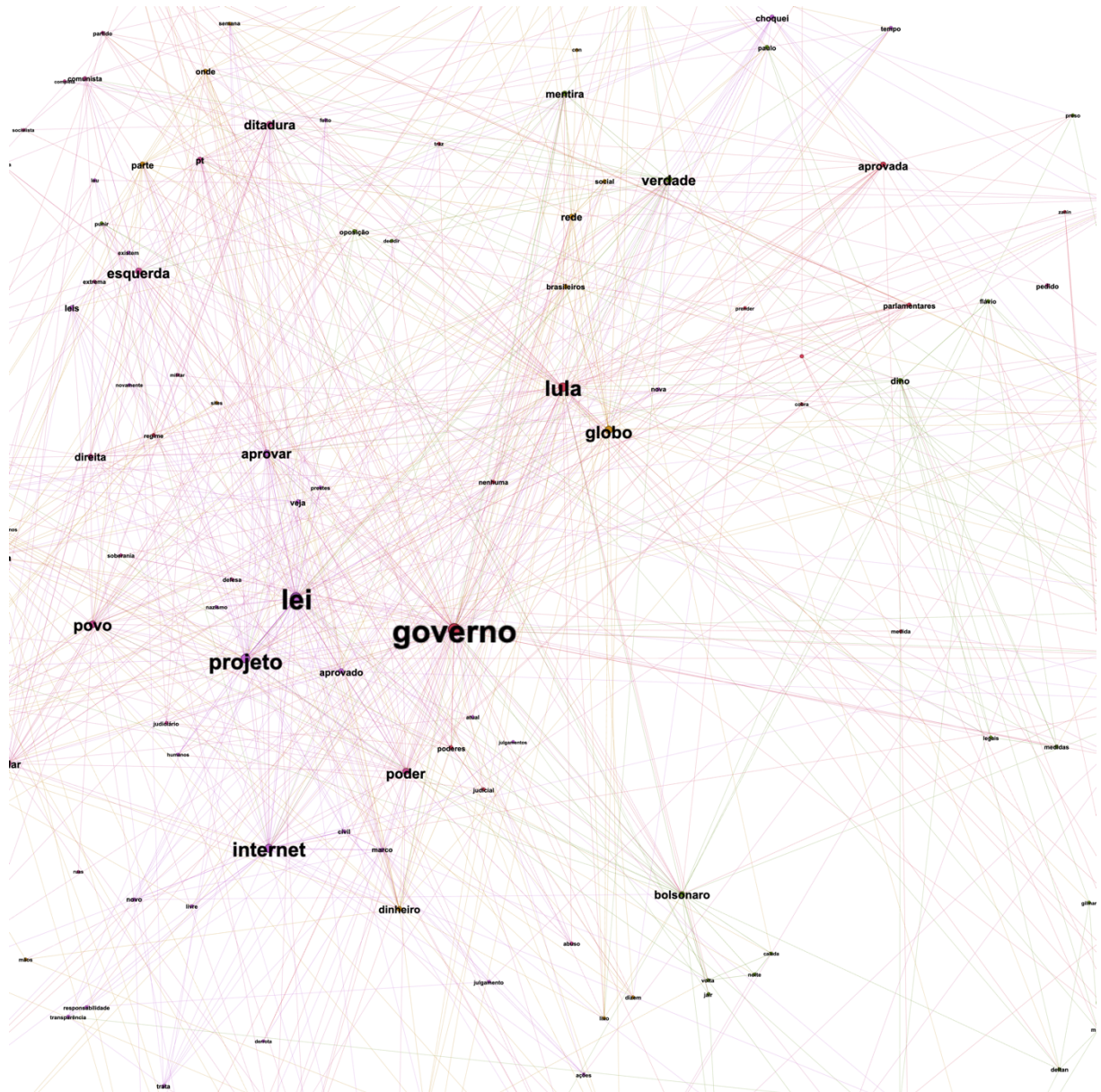
**Figura 11** - The Intercept aponta lobby das Big Techs e responsabilidade do STF sobre o PL 2.630



Fonte: *Twitter.com*

<sup>37</sup>Disponível em: <https://www.estadao.com.br/politica/arthur-lira-diz-que-google-meta-ultrapassaram-limites-lobby-pl-2630-fake-news-nprp/>

Figura 12 - Clusters amarelo, rosa, verde-oliva e vermelho



Fonte: Elaborado pela autora

Tabela 5 - Palavras-chave dos clusters amarelo, rosa, verde-oliva e vermelho

<b>Cluster</b>	<b>Palavras-chave</b>
Amarelo	Globo, lixo, dinheiro
Rosa	Poder, esquerda, legislativo, direita, internet
Verde-oliva	Bolsonaro, calada, noite
Vermelho	Lula, governo, poderes, judicial

Os clusters amarelo, rosa, verde-oliva e vermelho estão representados acima (FIGURA 12). No cluster amarelo, os comentários envolvem o termo "Globo" relacionado aos termos "lixo", "imprensa" e "dinheiro", o que aponta para um discurso contrário à Rede Globo. Há

postagens que acusam a emissora de fazer propaganda a favor do PL (FIGURA 13 E 14), enquanto outros acusam o conglomerado de mídia de receber dinheiro (FIGURA 15) através de um dispositivo inserido no PL 2.630. Além da Rede Globo, a imprensa tradicional também é acusada de receber benefício financeiro com o PL (FIGURA 16).

**Figura 13** - Globo é acusada de fazer campanha a favor do PL



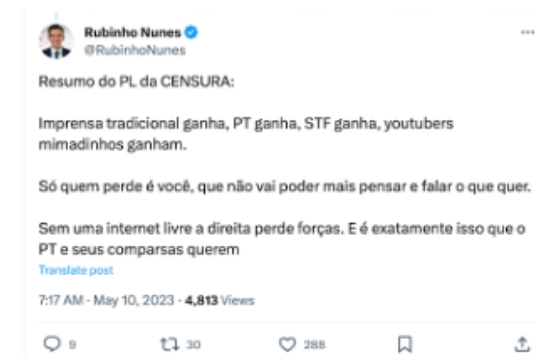
**Figura 14** - Vereador critica a decisão de Alexandre de Moraes e pontua que a Globo faz propaganda favorável da Censura"



**Figura 15** - Tuíte insinua que a Globo receberá dinheiro do PL



**Figura 16** - Vereador alega que a direita "perderá força" se o PL for aprovado



Fonte: *Twitter.com*

O *cluster* rosa (FIGURA 12) tem como termos principais “lei” e “projeto”. A discussão deste grupo está ligada à aprovação do Projeto de Lei e suas consequências para a internet, outro termo que está em destaque. O termo “nazismo” também aparece na discussão, ao analisar os *tuites* é possível perceber que alguns usuários associavam o *Telegram* ao nazismo devido a mensagem que a plataforma enviou (FIGURA 17), além de citarem a postura negligente da plataforma em relação aos grupos nazistas que se utilizam de seus canais para disseminar



**Figura 19** - *Tuíte* acusa aliados do governo de agir "na calada da noite" para favorecer a Rede Globo



**Figura 20**- *Tuíte* com hashtag #PL2630NÃO



Fonte: *Twitter.com*

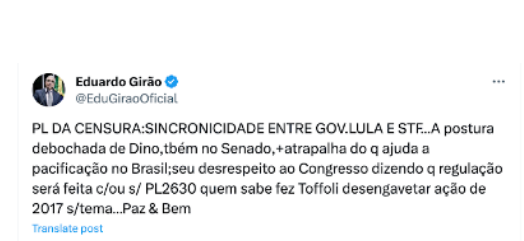
O vermelho (FIGURA 12), último *cluster*, tem em destaque o termo “Lula” e “governo”, conectados aos termos “poderes” e “judicial”, há também ocorrência das palavras “regime” e “ditadura”. Há críticas à gestão de Lula e à votação do PL (FIGURA 22, 23 e 24). É perceptível que os usuários temem que o PL 2.630 acabe com a liberdade de expressão e confira ao Estado poderes de censura, como acontece em regimes ditatoriais (FIGURA 25, 26 e 27).



**Figura 21** - Deputado Federal aponta que o governo enfrenta dificuldades para aprovar o PL



**Figura 22** Senador diz que "PL 2,630 mais atrapalha do q ajuda a pacificação do Brasil"



**Figura 23** - *Tuíte* questiona a vitória de Lula e o acusa de censurar os que não votaram nele



**Figura 24** - *Tuíte* fala sobre "ditadura do judiciário"



**Figura 25** - *Tuíte* chama o PL 2.630 de "PL da Censura" e "PL da ditadura"



**Figura 26** - *Tuíte* com print do blog do jornalista Reinaldo Azevedo



Fonte: *Twitter.com*

Alguns perfis fazem um esforço coletivo de compartilhar a mensagem enviada pelo *Telegram* que, de acordo com eles, foi censurada por Alexandre de Moraes. Há também entre os *tuítes* analisados a presença de figuras públicas como os deputados federais Gustavo Gayer, Guilherme Boulos e Carla Zambelli, o influenciador digital Felipe Neto também se manifestou

sobre o assunto. Contas de jornais e instituições públicas, como CNN e STF, também fizeram publicações sobre o assunto.

Desde a contextualização histórica pode-se observar como a regulação das plataformas é discutida a partir de um viés ideológico. A partir desta inferência, as análises dos dados coletados nesta pesquisa foram feitas com base em referenciais teóricos que abordam a temática. Ao analisar os *tuites* com maior número de curtidas nos dias 09 e 10 de maio (um dia antes da ordem de Alexandre de Moraes) é possível reparar que os dois mais curtidos se posicionam a favor do PL 2.630, enquanto no dia 10 de maio os dois *tuites* mais curtidos se posicionam contra o PL 2.630, neste dia há recorrência de postagens com conteúdos falaciosos, que podem ser alocados como desinformação (quando o conteúdo falso é compartilhado com a intenção de causar dano), dentro das categorias propostas por Derakhshan e Wardle (2017).

As publicações com mais respostas nos dias 09 e 10 de maio de 2023 pertenciam às figuras públicas como André Janones, Gleisi Hoffmann, Kim Kataguirí, Randolfe Rodrigues, Orlando Silva (relator do projeto) e páginas como a Choquei. Estes perfis pertencem a influenciadores, ou seja, usuários com visibilidade e reputação que podem direcionar debates e afetar a opinião de outros usuários, eles também são personagens que agendam discussões por meio de suas ações (Recuero e Soares, 2020).

Para entender melhor os usuários do *Twitter* que mais comentaram sobre o tema, foram feitas análises e classificações dos *tuites* de acordo com as categorias proposta por Recuero e Soares (2020) que define os tipos de influenciadores em líderes de opinião, influenciadores de conteúdo, ativistas, comentadores e *Bots*.

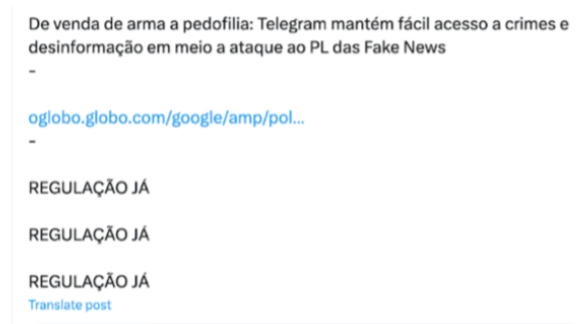
Tabela 6 - Categorias dos cinco usuários que mais falaram sobre a mensagem do *Telegram*

<b>Tipos de perfis</b>	<b>Categorias</b>
Conta pessoal	Comentarista
Conta pessoal	Bot
João Domenech	Líder de opinião
Conta pessoal	Ativista
Conta pessoal	Comentarista

Fonte: Elaborado pela autora com dados do Twitter.com

O primeiro usuário que mais publicou era favorável ao PL e fez o total de sessenta e seis *tuites* que teciam críticas à mensagem enviada pelo *Telegram* (FIGURA 28).

**Figura 27** - Primeiro usuário que mais *tuitou*



Fonte: *Twitter.com*

O segundo perfil foi identificado como *bot*, isso porque respondeu diversas postagens sobre o assunto de forma idêntica, totalizando quarenta e oito respostas (FIGURA 29).

**Figura 28** - Uma das respostas publicadas pelo segundo usuário que mais tuitou



Fonte: *Twitter.com*

O terceiro perfil pertence ao jornalista João Domenech, ele pede a expulsão do *Telegram* do Brasil e reforça a importância do PL 2.630, ao total ele publicou quarenta e quatro vezes (FIGURA 30).

**Figura 29** - *Tuíte* do jornalista João Domenech



Fonte: *Twitter.com*

O perfil quatro acusa a plataforma de querer se meter na soberania do país (FIGURA 31) e faz trinta e oito publicações sobre o assunto.

**Figura 30** – Usuário acusa *Telegram* de interferir na soberania do Brasil

Telegram entrou no grupo dos aplicativos e redes sociais que querem se meter na soberania de um povo.

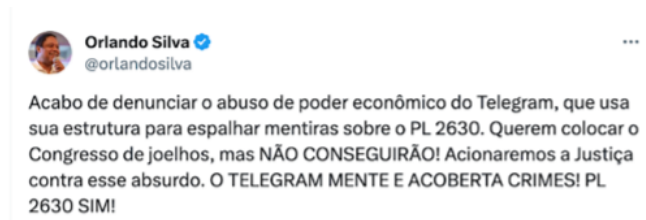
PL 2630 SIM!!!  
PL 2630 JÁ!!!  
[Translate post](#)

9:23 PM · May 9, 2023 · 2 Views

O quinto e último perfil se posiciona contra o PL e acusa as instituições de censura, o usuário ainda chama o projeto de "mal feito e apressado".

É importante observar como o relator do projeto, Orlando Silva, estava se posicionando no *Twitter*. Em 09 de maio deste ano, ele fez um *tuíte* avisando que havia denunciado o *Telegram* por abuso de poder econômico (FIGURA 32).

**Figura 31** - Relator do PL critica *Telegram*



Fonte: *Twitter.com*

Ainda no dia 09 ele critica a diferença da postura do *Google* nos EUA e no Brasil (FIGURA 33). No dia 10 ele divulgou a informação de que ingressou com um pedido no STF para que o *Telegram* retire do ar a mensagem contra o PL (FIGURA 34).

**Figura 32** - Deputado faz crítica à postura do *Google*



**Figura 33** - Orlando Silva comunica medida judicial contra o *Telegram*



Fonte: *Twitter.com*

Nos dias seguintes ele continua comentando sobre o PL, nos conteúdos publicados há informações sobre medidas judiciais contra as *Big Techs* (FIGURA 35), ele também acusa Arthur do Val, Deputado Estadual cassado, de produzir *Fake News* sobre o PL (FIGURA 36). Na última publicação feita no período analisado, o relator comunica sua participação em debates sobre o PL das *Fake News*. Dentro do período analisado, foram feitos 26 *tuites* no perfil do Deputado.

**Figura 34** - Publicação informativa sobre medidas contra o *Telegram*



**Figura 35** - Relator acusa ex-deputado de produzir *Fake News*



Fonte: *Twitter.com*

Apesar de terem sido termos em destaque nas visualizações, cabe salientar que o presidente Lula e o ex-presidente Jair Bolsonaro não fizeram publicações sobre o assunto em seus perfis.

Após a análise, é possível inferir que, atualmente, os sites de redes sociais de fato refletem conexões e debates que acontecem fora da internet, como proposto por Recuero e Soares (2020), isso pode acontecer devido a hipermobilidade e possibilidade e presença simultânea nos espaços físicos e computacionais, como observa Santaella (2013). O alto volume de conteúdo divulgado sobre o PL. 2.630 demonstra como a infraestrutura digital possibilita que a divulgação de *Fake News* aconteça de forma massiva, de modo a afetar a opinião pública e, por vezes, gerar lucro para a plataforma, como observado por Morozov (2018) e Empoli (2019).

Cabe ressaltar aqui que o capitalismo dadocêntrico, alimentado por dados extraídos de forma pouco transparente, se vale dos rastros deixados pelos usuários para reforçar ou propor visões de mundo (D'Andréa, 2020), o que implica que essas discussões no espaço das plataformas geram metadados poderosos, que podem ser utilizados com finalidade política, por exemplo.

A presença de *tuites* de diversos políticos no material analisado reforça o apontamento feito por Guazina (2019), de que o ambiente digital permitiu uma conversa direta entre políticos e seu eleitorado, dessa forma eles passam a ter o poder de expor suas opiniões e de suscitar sentimentos compartilhados em relação ao que é visto como inimigo. Outro aspecto importante desse cenário é a polarização, nesse contexto a narrativa populista de "nós contra eles" (Guazina, 2019) é uma característica marcante. Há uma divisão entre direita e esquerda, na qual a direita é contrária ao PL 2.630 e a esquerda é favorável.

Enquanto as análises eram feitas, foi possível perceber que discussões paralelas se instauraram, como a relação da Globo com o Projeto de Lei, a necessidade de mais transparência em relação ao funcionamento das plataformas e comparações do governo com regimes ditatoriais.

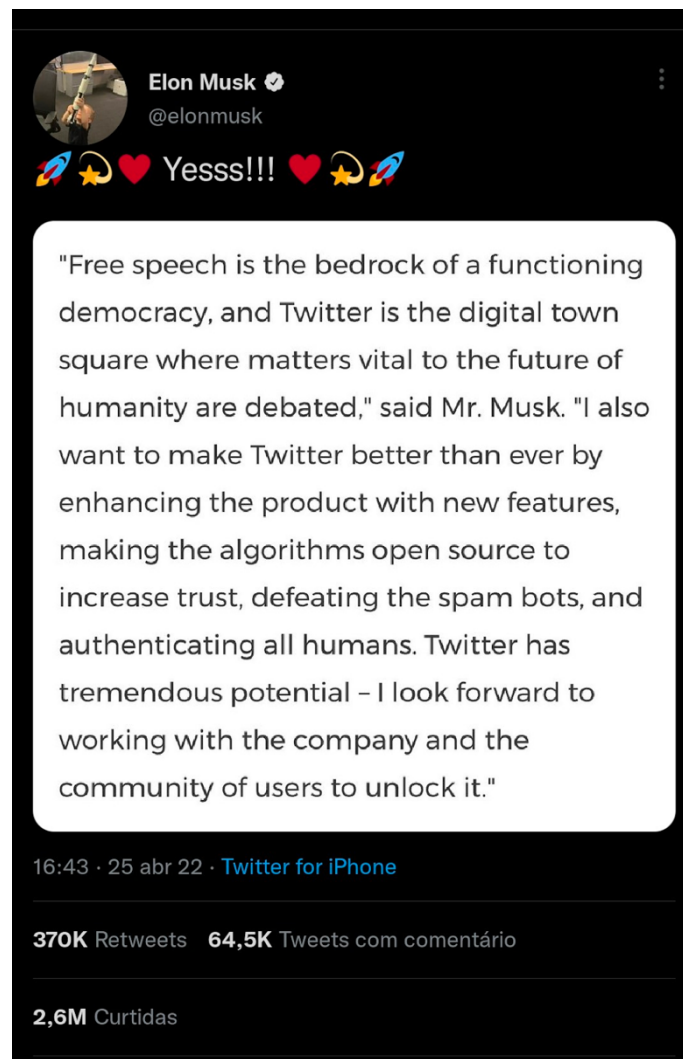
É possível perceber a metalinguagem nas discussões sobre regulação das plataformas, visto que elas acontecem nas ambiências das próprias plataformas.

### 3.3 Sobre a mudança do *Twitter* para o X

O *Twitter* foi criado em 2006 e tornou-se uma ferramenta importante para informações, mobilização e comunicação (Nexo, 2023), apesar de sua importância, o site da rede social tornou-se um espaço de proliferação de desinformação, discurso de ódio e polarização de discursos. De acordo com Recuero e Soares (2020) "o *Twitter* é uma ferramenta de mídia social, que reflete ali tanto redes sociais, quanto discursos que permeiam a sociedade."

Em 27 de outubro de 2022 o *Twitter* foi vendido por US\$ 44 bilhões de dólares para Elon Musk, empresário do ramo de tecnologia. Sua justificativa para aquisição foi a importância do site de rede social para o futuro da civilização (FIGURA 37).

**Figura 36** - *Tuíte* de Elon Musk explicando a aquisição da plataforma



Depois que assumiu o controle da plataforma, o homem mais rico do mundo levantou questões de interesses globais que perpassam campos como economia, tecnologia e, inevitavelmente, política (Nexo, 2023). Os desafios mais notáveis se concentram na esfera política, pois Musk deixa claro seu desejo de flexibilizar os limites da liberdade de expressão, o que cria um risco de aumento de apologia a atos ilegais, incitação da violência e do ódio e radicalização do discurso político.

Em 20 de novembro, reativou a conta de Donald Trump após postar uma enquete perguntando se o ex-presidente deveria ser reintegrado. Em 23 de julho de 2023, Elon Musk comunicou a decisão de trocar o nome da plataforma de "*Twitter*" para "X", acompanhada pela mudança da identidade visual da marca, que era conhecida pelo icônico pássaro azul. Sua intenção com essas alterações era criar um "superaplicativo", ou seja, um aplicativo que reúne várias funcionalidades dentro de uma só plataforma.

Outra medida relevante, anunciada em 29 de agosto de 2023, pelo proprietário foi a revogação da restrição sobre a veiculação de anúncios políticos, a regulamentação sobre anúncios era de 2019 e objetivava a prevenção do espalhamento de conteúdos falsos. De acordo com Elon Musk, a decisão foi tomada para afirmar seu compromisso com a liberdade de expressão. Em 26 de setembro de 2023, o relatório do Código de Conduta da União Europeia apontou que as publicações feitas no X têm a maior taxa de desinformação por post.

Uma mudança que traz impactos à academia é o fim do acesso gratuito à API acadêmica. A companhia anunciou em 02 de fevereiro do presente ano que disponibilizaria uma "faixa básica paga", mas que é insuficiente quando comparada à versão não paga ofertada anteriormente. Pesquisadores que coletavam dados na plataforma foram prejudicados, pois a versão disponibilizada anteriormente dava acesso a praticamente todas as funcionalidades da ferramenta, a limitação se dava apenas no volume de dados que poderiam ser manipulados.

Atualmente, as modalidades pagas ainda são ofertadas, mas os preços altos dificultam o acesso. São ofertadas duas categorias para os que desejam utilizar a API, a primeira é chamada de "*Premium*" e custa de R\$ 773 a R\$ 12.964; a segunda é conhecida como "*Enterprise*", que será ofertada por R\$ 519 e dará acesso à um menor volume de dados (Hernandes, 2023).

É notável que apesar de assumir o *Twitter* com o mote de liberdade de expressão irrestrita, Elon Musk impede que os dados armazenados pela plataforma sejam acessados de forma gratuita pela comunidade acadêmica, tornando o acesso às bases de dados cada vez mais difícil e oneroso. O fim da gratuidade das API's aponta uma contradição entre a postura e o discurso do bilionário, que agora é responsável por uma das plataformas com o maior número de usuários em todo o mundo.



## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS ou Como sairemos dessa?

Após as discussões teóricas, raspagem, tratamento e visualização de dados, notadamente, os objetivos deste trabalho foram cumpridos, na medida em que foi possível mapear e analisar as linhas discursivas presentes *Twitter*, assim como identificar e discutir os principais atores que participaram das discussões entono da mensagem enviada pelo *Telegram* sobre Projeto de Lei em questão.

É necessário destacar que, atualmente, o *Twitter* tem 24 milhões de usuários no Brasil (Data Report, 2023), o que indica que, apesar de expressivo, esse número não necessariamente reflete a realidade brasileira em sua totalidade.

Nas análises pode-se observar comentários contrários ao PL 2.630, afirmando, principalmente, que essa medida indicaria censura – mesmo sem explicar o porquê desse pensamento –, apontando o atual governo como ditador. Foram observados também comentários favoráveis ao PL, que reforçam que a regulação é uma maneira de evitar que as *Big Techs* atuem da forma que julgam conveniente, sem respeitar critérios éticos e jurídicos vigentes no país.

Há um esforço notável de figuras públicas em compartilhar mensagens sobre o PL 2.630, personagens de direita e esquerda fizeram questão de usar o site de rede social para registrarem opiniões, elogios e críticas. Nesse cenário, o intenso debate que atingiu influenciadores, mídias tradicionais e sociedade civil como um todo, revela o interesse e engajamento da população quando o assunto é regulação das plataformas.

Uma observação resultante das análises que causou inquietação foi o cenário polarizado das discussões. Dentre os *tuites* observados não há ocorrência de publicações brandas, que ponderem os prós e contras do PL, o que existe é um ambiente digital inflamado e incapaz de abandonar o maniqueísmo e fazer uma crítica baseada em evidências e dados científicos. Não é possível dizer se isso acontece devido às características do próprio *Twitter* – para não perder o *timming* da discussão os usuários publicam sem se preocupar com todas as dimensões do debate – ou se o fenômeno é resultado da realidade tecnológica atual que, como apontado por Wardle e Derakhshan (2017), possibilita que todos criem e disseminem conteúdos sem uma análise prévia em busca de respaldo científico. Ainda é possível observar nesse cenário a reprodução do discurso populista de "nós contra eles", proposto por Guazina (2019).

Ao fim dessa pesquisa, é perceptível que contrária ao que prevê o Projeto de Lei, a mensagem enviada pelo *Telegram* não apenas desrespeitou o limite no número de envios de uma mesma mensagem a usuários e grupos, como também descumpriu o que se refere à autorização em lista de transmissão.

É nesse cenário midiático, então, que o PL. 2.630 visa instaurar uma legislação que regule o funcionamento das plataformas, nacionais e estrangeiras, com mais de 2 milhões de usuários, no intuito de apresentar medidas para combater contas falsas e robôs, limitar o disparo em massa de mensagens, remoção de conteúdo em caso de denúncias ou aplicação de medida mediante a lei, identificação de conteúdo publicitário, modificações nas contas de agentes políticos, criação de um conselho de transparência, nomeação de representantes legais no Brasil e sanções em caso de descumprimento das medidas legais.

Essa proposta de legislação, que seria votada pela Câmara dos Deputados em maio de 2023, gerou uma reação em massa de algumas plataformas. O relatório "A Guerra das Plataformas contra o PL 2.630", publicado pelo NetLab em abril de 2023, revela as ações das *Big Techs* contra o Projeto de Lei e suas motivações para tal atitude. O documento aponta que, ao anunciar contra o PL, as plataformas agiram na opacidade e burlaram seus próprios termos de uso. Essa atitude pode ser configurada como abuso de poder e visa a manutenção da assimetria regulatória entre ela e seus concorrentes, além disso, uma parte considerável do faturamento das plataformas é proveniente de anúncios publicitários, mas sem transparência é possível veicular anúncios criminosos que incitam golpes de estado, fraudes e violência. A falta de regulação torna pequenos anunciantes e os próprios usuários vulneráveis mediante os interesses das plataformas.

Ao final desta exaustiva monografia e da árdua tarefa de lidar com uma temática tão densa e que toca profundamente, ficam muitas inquietações... como e quando sairemos dessa?

## REFERÊNCIAS

- ALIX, Christelle. Na UNESCO, um chamado para regulamentar as plataformas digitais diante da desinformação e do discurso de ódio online. **UNESCO**. 2023. Disponível em: <https://www.unesco.org/pt/articles/na-unesco-um-chamado-para-regulamentar-plataformas-digitais-diante-da-desinformacao-e-do-discurso-de>>. Acesso em: 28 set 2023.
- AMATO, Fábio; CAMARGO, Isabela; RODRIGUES, Mateus. **G1**. 2023. Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/noticia/2023/05/02/governo-manda-google-sinalizar-como-publicidade-material-feito-pela-empresa-contr-pl-das-fake-news.ghtml>. Acesso em: 30 nov. 2023.
- BAPTISTA, Rodrigo. Jornalistas denunciam aumento de ataques à imprensa durante governo Bolsonaro. **Agência Senado**. 2022. Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2022/06/15/jornalistas-denunciam-aumento-de-ataques-a-imprensa-durante-governo-bolsonaro>. Acesso em: 3 set. 2023.
- BASSETS, Marc. Donald Trump vence as eleições 2016 dos Estados Unidos. **El País**. 2016. Disponível em: [https://brasil.elpais.com/brasil/2016/11/09/internacional/1478660050\\_114058.html](https://brasil.elpais.com/brasil/2016/11/09/internacional/1478660050_114058.html). Acesso em: 30 jul. 2023.
- BOLSONARO toma posse como 38o presidente do Brasil; saiba como será a cerimônia. **Poder360**. 2019. Disponível em: <https://www.poder360.com.br/governo/bolsonaro-toma-posse-como-38o-presidente-do-brasil-saiba-como-sera-cerimonia/>. Acesso em: 3 set. 2023.
- BRAUN, D. Brasil tem a quarta maior base de usuários do *Twitter* no mundo. **G1**. Disponível em: <https://valorinveste.globo.com/mercados/internacional-ecommodities/noticia/2022/04/25/brasil-tem-a-quarta-maior-base-de-usuarios-do-Twitter-nomundo.ghtml>. Acesso: em: 01 jun. 2023.
- BRONZE, Ana Paula.; RIBEIRO, Vasco. A matriz do comportamento do político populista: uma perspectiva da ascensão do bolsonarismo no Brasil. **Mediapolis– Revista de Comunicação, Jornalismo e Espaço Público**, n. 12, p. 83-101, 2021.
- BRUNO, Fernanda.; BENTES, Anna Carolina.; FALTAY, Paulo. Economia psíquica dos algoritmos e laboratório de plataforma: mercado, ciência e modulação do comportamento. **Revista Famecos**, v. 26, n. 3, p. e33095-e33095, 2019.
- CAZARRÉ, Marieta. Donald Trump dialoga com líderes da extrema-direita. **Agência Brasil**. 2016. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/internacional/noticia/2016-11/donald-trump-dialoga-com-lideres-da-extrema-direita>. Acesso em 6 out. 2023.
- DANOWSKI, J. A. **Network analysis of message content**. Em: RICHARS, W. D. & BARNETT, G.A. Progress in communication sciences, v. XII. New Jersey: Ablex Publishing Corporation. p. 198-221, 1993.
- DE LIMA, Marcos Francisco Urupá Moraes; VALENTE, Jonas . Regulação de plataformas digitais: mapeando o debate internacional. **Liink em revista**, v. 16, n. 1. 13 p, 2020. Disponível em: <https://revista.ibict.br/liinc/article/view/5100/4650>. Acesso em: 19 out. 2023.

DELMAZO, Caroline; VALENTE, Jonas. *Fake News* nas redes sociais online: propagação e reações à desinformação em busca de cliques. **Media & Jornalismo**, v. 18, n. 32, p. 155-169, 2018.

DRIBLANDO a Democracia: Como Trump Venceu. Thomas Huchon. Antoine Robin. França: Spicce Production, 2018. Documentário (52min).

ENTENDA o escândalo de uso político de dados que derrubou valor do Facebook e o colocou na mira de autoridades. **G1**. 2018. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/tecnologia/noticia/entenda-o-escandalo-de-uso-politico-de-dados-que-derrubou-valor-do-facebook-e-o-colocou-na-mira-de-autoridades.ghtml>. Acesso em: 1 ago. 2023.

EX-TWITTER, “X” suspende proibição de anúncios políticos. **Poder360**. 2023. Disponível em: <https://www.poder360.com.br/internacional/ex-Twitter-x-suspende-proibicao-de-anuncios-politicos/>. Acesso em: 20 nov. 2023.

*FAKE News* - Ao tentar votar em Bolsonaro a urna eletrônica apresenta voto nulo. **Tribunal Regional Eleitoral - MT**. Disponível em: <https://www.tremt.jus.br/eleicoes/eleicoes-plebiscitos-e-referendos/eleicoes-2018/fakenews/fake-news-ao-tentar-votar-em-bolsonaro-a-urna-eletronica-apresenta-voto-nulo>. Acesso em: 1 dez. 2023.

FARIAS, Luiz; DAMASCENO, Marcelo; JULIOTTI, Renata. PL das *Fake News*: análise da tramitação do regramento de combate à desinformação no Brasil. **Paraná Eleitoral: Revista Brasileira de Direito Eleitoral e Ciência Política**, v. 12, n. 1, p. 106-131, 2023

GUAZINA, Liziane. Populismos de direita e autoritarismos: apontamentos teóricos para estudos sobre a comunicação populista. **Mediapolis–Revista de Comunicação, Jornalismo e Espaço Público**, n. 12, p. 49-66, 2021.

HERNANDES, Raphael. Mudança no *Twitter* cria dificuldade para pesquisadores com extração e análise de dados. **Folha de S.Paulo**. São Paulo, 2023. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2023/02/mudanca-no-Twitter-dificulta-pesquisadores-com-extracao-e-analise-de-dados.shtml?origin=folha>. Acesso em: 20 nov. 2023.

HOFFMANN, Fábio. A EXTREMA DIREITA NO PODER: BOLSONARO E O BOLSONARISMO. **Orbis Latina**, v. 12, n. 1, p. 04-20, 2022.

JAGERS, Jan; WALGRAVE, Stefaan. Populism as political communication style: An empirical study of political parties' discourse in Belgium. **European journal of political research**, v. 46, n. 3, p. 319-345, 2007.

JUCÁ, B. Chip na vacina, “virar jacaré” e outros mitos criam pandemia de desinformação na luta contra a covid-19. **EL PAÍS**. São Paulo, 2020. Disponível em: <https://brasil.elpais.com/brasil/2020-12-20/chip-na-vacina-virar-jacare-e-outras-mitos-criam-pandemia-de-desinformacao-na-luta-contra-a-covid-19.html>. Acesso em: 4 set. 2023.

KEMP, Simão. Digital 2023: Brazil. **DATAREPORTAL**. 2023. Disponível em: <https://datareportal.com/reports/digital-2023-brazil>. Acesso em: 5 out. 2023.

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

LÜHRMANN, Anna; LINDBERG, Staffan. A third wave of autocratization is here: what is new about it? **Democratization**, v. 26, n. 7, p. 1095-1113, 2019.

MAIA, Lídia *et al.* A contestação às vacinas contra Covid-19 em grupos do *Telegram* no Brasil. **Intexto**, n. 55, p. 127361-127361, 2023.

MAIA, Mateus; MALI, Tiago. PL e partidos de direita somarão 273 deputados na Câmara. **Poder360**. 2022. Disponível em: <https://www.poder360.com.br/congresso/pl-e-partidos-de-direita-somarao-273-deputados-na-camara/>. Acesso em: 28 ago. 2023.

MIELLI, Renata; ORMAY, Larissa; BONONE, Luana. A Democracia Liberal Pode Sobreviver à Corrosão do Debate Público Criada Pelo Monopólio das Big Techs? **Desigualdade & Diversidade**, Rio de Janeiro, n. 21, 2021.

MIELLI, Renata; ROMANINI, Anderson Vinícius. A comunicação dominada pelas “big techs” digitais. **Revista Eletrônica Internacional de Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura**, v. 23, n. 1, p. 142-161, 2021.

MORAES manda *Telegram* apagar mensagem contra PL das *Fake News*. EBC. Brasília. 2023. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/justica/noticia/2023-05/moraes-manda-telegram-apagar-mensagem-contra-pl-das-fake-news>. Acesso em: 24 de mai. de 2023.

MOTTA, Rayssa. *Telegram*: relembre em cinco pontos polêmicas do app, embate com Alexandre e ameaça de suspensão. **Estadão**. 2023. Disponível em: <https://www.estadao.com.br/politica/blog-do-fausto-macedo/Telegram-relembre-polemicas-embate-moraes-suspensao/>. Acesso em: 2 ago. 2023.

O QUE PENSA Trump? 30 propostas e declarações polêmicas do presidente eleito dos EUA. G1. 2016. Disponível em: <https://g1.globo.com/mundo/eleicoes-nos-eua/2016/noticia/2016/11/o-que-pensa-trump-30-propostas-e-declaracoes-polemicas-do-presidente-eleito-dos-eua.html>. Acesso em: 13 ago. 2023.

PANHO, Isabella. Lira diz que Google e Meta ‘ultrapassaram limites’ no lobby contra PL das *Fake News*. **Estadão**. 2023. Disponível em: <https://www.estadao.com.br/politica/arthur-lira-diz-que-google-meta-ultrapassaram-limites-lobby-pl-2630-fake-news-nprp/>. Acesso em: 7 nov. 2023.

POELL, Thomas; NIEBORG, David; VAN DIJCK, José. Plataformização. **Fronteiras - Estudos Midiáticos**, v. 22, n. 1, 2020.

PRIMO, Alê; MATOS, Ludimila; MONTEIRO, Maria. **Dimensões para o estudo dos influenciadores digitais**. 2021.

PROJETO de Lei nº 2630, de 2020. **Senado Federal**. Brasília. Disponível em: <https://www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/materia/141944>. Acesso em: 17 nov. 2023.

RAMOS, Raphael. A compra do *Twitter* e a regulação das plataformas digitais. **Nexo Jornal**. 2022. Disponível em: <https://www.nexojornal.com.br/ensaio/2022/A-compra-do-Twitter-e-a-regula%C3%A7%C3%A3o-das-plataformas-digitais>. Acesso em: 5 nov. 2023.

RECUERO, Raquel; SOARES, Felipe. O Discurso Desinformativo sobre a Cura da covid-19 no *Twitter*: Estudo de caso. **E-Compós: Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação**. Brasília, DF. v. 24, p. 1-29, 2021.

SADI, Andréia. Relator pede e votação da PL das Fake News é adiada; deputados querem empurrar questão para o STF. G1, 2023. Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/blog/andreia-sadi/post/2023/05/02/deputados-querem-empurrar-pl-das-fake-news-para-stf-ministros-se-preparam-para-endurecer-regras.ghtml>. Acesso em: 24 de mai. de 2023.

SCOFIELD, Laura. No 2º turno, Bolsonaro aposta em *Fake News* que liga Lula ao crime organizado: Narrativa aumentou nas redes no começo de outubro utilizando informação de divulgação proibida pelo TSE. **Agência Pública**. 2022. Disponível em: <https://apublica.org/sentinela/2022/10/no-2o-turno-bolsonaro-aposta-em-fake-news-que-liga-lula-ao-crime-organizado/>. Acesso em: 1 set. 2023.

SOARES, Alexandre. Relator da ONU avisa que moderação de discurso na internet ameaça liberdade de expressão | **ONU News**. 2018. Disponível em: <https://news.un.org/pt/story/2018/07/1631712>. Acesso em: 2 dez. 2023.

STF determina ao *Telegram* remoção de mensagens contra a PL das Fake News. **STF**. 2023. Disponível em: <https://portal.stf.jus.br/noticias/verNoticiaDetalhe.asp?idConteudo=507036&ori=1>. Acesso em: 21 ago. 2023.

STF determina remoção de anúncios com ataques ao PL das *Fake News*. **STF**. 2023. Disponível em: <https://portal.stf.jus.br/noticias/verNoticiaDetalhe.asp?idConteudo=506578&ori=1>. Acesso em: 24 de mai. de 2023.

*TELEGRAM* envia mensagem em massa com desinformação sobre PL das *Fake News*; relator do projeto critica 'jogo sujo'. **O Globo**. 2023. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/blogs/sonar-a-escuta-das-redes/post/2023/05/telegram-envia-mensagem-em-massa-com-desinformacao-sobre-pl-das-fake-news-relator-do-projeto-critica-jogo-sujo.ghtml>. Acesso em: 24 de mai. de 2023.

THE SAGA OF *PIZZAGATE*: The fake story that shows how conspiracy theories spread. **BBC**. 2016. Disponível em: <https://www.bbc.com/news/blogs-trending-38156985>. Acesso em: 6 out. 2023.

*TWITTER* suspende permanentemente conta de Trump. **BBC**. 2021. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/internacional-55597638>. Acesso em 9 out. 2023.

VASCONCELOS, Renato. Bolsonaro posta e apaga *Fake News* em que questiona vitória de Lula. **CNN BRASIL**. 2023. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/politica/bolsonaro-divulga-video-que-questiona-vitoria-de-lula-mas-apaga-publicacao/>. Acesso em: 2 ago. 2023.

UFRJ. Laboratório de Estudos de Internet e Mídias Sociais. A guerra das plataformas contra o PL 2630. **NetLab**. Rio de Janeiro. 1 maio 2023. Disponível em: <https://www.netlab.eco.br/post/a-guerra-das-plataformas-contra-o-pl-2630>. Acesso em: 26 ago. 2023

URMAN, Aleksandra; KATZ, Stefan. What they do in the shadows: examining the far-right networks on Telegram. **Information, communication & society**, v. 25, n. 7, p. 904-923, 2022.

VELOSO, Ana. Brasil é o terceiro país que mais consome redes sociais. **O Globo**. Rio de Janeiro, 2023. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/economia/tecnologia/noticia/2023/03/brasil-e-o-terceiro-pais-que-mais-consome-redes-sociais.ghml>. Acesso em: 26 ago. 2023.

VENTURINI, Lilian. O que são deputados do alto e do baixo clero e como eles se relacionam com a eleição da Câmara. **Nexo Jornal**. 2017. Disponível em: <https://www.nexojornal.com.br/expresso/2017/01/29/O-que-s%C3%A3o-deputados-do-alto-e-do-baixo-clero-e-como-eles-se-relacionam-com-a-elei%C3%A7%C3%A3o-da-C%C3%A2mara>. Acesso em: 2 dez. 2023.

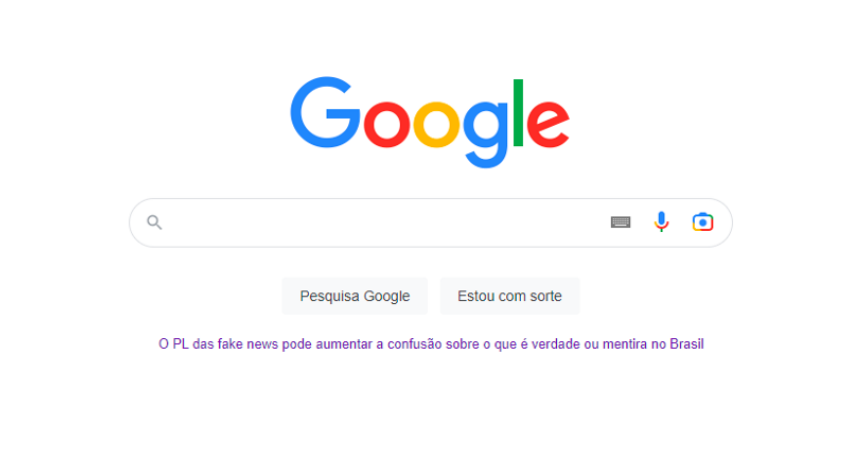
WARDLE, Claire; DERAKHSHAN, Hossein. **Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policymaking**. Strasbourg: Council of Europe, 2017.

WEYLAND, Kurt. Clarifying a contested concept: Populism in the study of Latin American politics. **Comparative politics**, p. 1-22, 2001.

X tem a maior taxa de desinformação por post, diz UE. **Poder360**. 2023. Disponível em: <https://www.poder360.com.br/internacional/x-tem-a-maior-taxa-de-desinformacao-por-post-diz-ue/>. Acesso em: 20 nov. 2023.

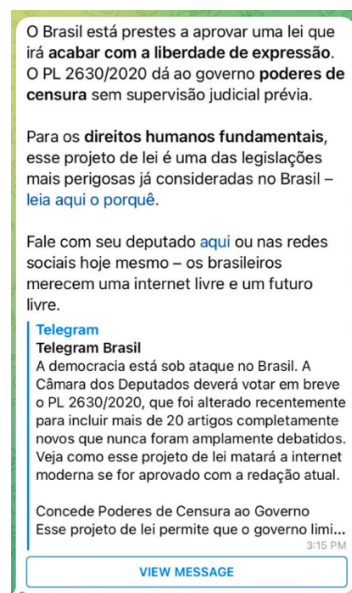
## ANEXOS

### ANEXO A – LINK DISPONIBILIZADO PELO *GOOGLE* EM SUA PÁGINA INICIAL



Fonte: CNN Brasil

### ANEXO B – MENSAGEM ENVIADA PELO *TELEGRAM* EM 09/05/23



Fonte: O Globo



## ANEXO C – PÁGINA FAQ DO *TELEGRAM*

[^ Go up](#)

**Q: A bot or channel is infringing on my copyright. What do I do?**  
 All Telegram chats and group chats are private amongst their participants. We do not process any requests related to them. But **sticker sets, channels, and bots** on Telegram are *publicly available*.  
 If you see a bot, channel, or sticker set that is infringing on your copyright, kindly submit a complaint to [dmca@telegram.org](mailto:dmca@telegram.org). Please note that such requests should only be submitted by the copyright owner or an agent authorized to act on the owner's behalf.

**Q: Wait! 0\_o Do you process take-down requests from third parties?**  
 Our mission is to provide a secure means of communication that works everywhere on the planet. To do this in the places where it is most needed (and to continue distributing Telegram through the App Store and Google Play), we have to process legitimate requests to take down illegal **public** content (e.g., sticker sets, bots, and channels) within the app. For example, we can take down sticker sets that violate intellectual property rights or porn bots.  
 User-uploaded stickers sets, channels, and bots by third-party developers are not part of the core Telegram UI. Whenever we receive a complaint at [abuse@telegram.org](mailto:abuse@telegram.org) or [dmca@telegram.org](mailto:dmca@telegram.org) regarding the legality of public content, we perform the necessary legal checks and take it down when deemed appropriate.  
 Please note that this does **not** apply to local restrictions on freedom of speech. For example, if criticizing the government is illegal in some country, Telegram won't be a part of such politically motivated censorship. This goes against our founders' **principles**. While we do block terrorist (e.g. ISIS-related) bots and channels, we will not block anybody who peacefully expresses alternative opinions.

**Q: My bot or sticker set was banned unfairly, what do I do?**  
 If you think we banned your bot, channel, or sticker set for no apparent reasons, drop us a line at [abuse@telegram.org](mailto:abuse@telegram.org).

**Q: Do you process data requests?**  
**Secret chats** use end-to-end encryption, thanks to which we don't have any data to disclose.  
 To protect the data that is not covered by end-to-end encryption, Telegram uses a distributed infrastructure. Cloud chat data is stored in multiple data centers around the globe that are controlled by different legal entities spread across different jurisdictions. The relevant decryption keys are split into parts and are never kept in the same place as the data they protect. As a result, several court orders from different jurisdictions are required to force us to give up any data.  
 Thanks to this structure, we can ensure that no single government or block of like-minded countries can intrude on people's privacy and freedom of expression. Telegram can be forced to give up data only if an issue is grave and

<https://twitter.com/telegram>

Fonte: *Telegram.org/faq*

## ANEXO D – DEPUTADO COM PLACA #PL2630JÁ



Fonte: Portal da Câmara dos Deputados

## ANEXO D – DEPUTADO COM PLACA “PL 2.630 CENSURA NÃO”



Fonte: Portal da Câmara dos Deputados