

DOSSIÊ

GRUPOS DE INTERESSE E REGULAÇÃO DA DESINFORMAÇÃO NO BRASIL: A DISPUTA EM TORNO DO PL 2630/2020 (2022–2023)

*INTEREST GROUPS AND THE REGULATION
OF DISINFORMATION IN BRAZIL: THE
DISPUTE SURROUNDING BILL NO.
2630/2020 (2022–2023)*

Alissa Borges Kalil *



Jennifer Azambuja de Moraes **



* Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Porto Alegre, RS, Brasil.

E-mail: alissabkalil@gmail.com

**Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Departamento de Ciência Política, Porto Alegre, RS, Brasil.

E-mail: jennifer.amorais@gmail.com

RESUMO

O estudo busca compreender como grupos de interesse – parlamentares de diferentes espectros ideológicos e plataformas digitais – influenciam o debate sobre a regulação da desinformação no Brasil via PL 2630/2020 (PL das Fake News). Adotou-se abordagem qualitativa com revisão bibliográfica, análise documental e análise de conteúdo em duas votações de urgência do PL (abril/2022 e abril/2023), e de posicionamentos das Big Techs. Os resultados mostram polarização: opositores enquadram a proposta como censura, enquanto defensores destacam seus efeitos protetivos diante dos danos da desinformação. Observa-se a atuação estratégica das plataformas para preservar um mercado publicitário lucrativo e pouco transparente, o que contribuiu para o adiamento da votação. Conclui-se que a ausência de marco regulatório mantém o Brasil vulnerável à desinformação e que a desigualdade de recursos informacionais entre atores dificulta consensos legislativos.

Palavras-chave: Desinformação; Regulação da Internet; Grupos de Interesse; PL 2630/2020; Brasil.

ABSTRACT

The study seeks to understand how interest groups – parliamentarians from different ideological spectrums and digital platforms – influence the debate on the regulation of disinformation in Brazil through Bill 2630/2020 (the “Fake News Bill”). A qualitative approach was adopted, including a literature review, document analysis, and content analysis of two urgency votes on the bill (April 2022 and April 2023), and an examination of the positions taken by Big Tech companies. Results reveal strong polarization: opponents frame the proposal as censorship, while supporters emphasize its protective effects against the harms caused by disinformation. The findings also indicate the strategic actions of digital platforms to preserve a lucrative and opaque advertising market, which contributed to postponing the final vote. The study concludes that the absence of a regulatory framework leaves Brazil vulnerable to disinformation and that inequalities in informational resources among actors hinder legislative consensus.

Keywords: Disinformation; Internet Regulation; Interest Groups; Bill 2630/2020; Brazil.

INTRODUÇÃO

A internet vem sendo considerada um instrumento de transformação e aprimoramento das estruturas sociais, culturais, políticas e econômicas no mundo. Com o advento da globalização, essa tecnologia se integrou ao dia a dia de muitas pessoas, mudando de maneira profunda o estilo de vida e as interações sociais. Atualmente, qualquer pessoa com acesso à internet pode se comunicar sem se importar com barreiras geográficas. Essa conectividade global também trouxe um impacto significativo na esfera política, especialmente com o crescimento das redes sociais. Plataformas como Whatsapp, Facebook, Twitter e Instagram tornaram-se arenas indispensáveis para a discussão política, a mobilização de eleitores e a disseminação de informações. A capacidade de alcançar vastos públicos instantaneamente permitiu que campanhas políticas, movimentos sociais e até mesmo atores estrangeiros influenciassem a opinião pública e os processos eleitorais de uma forma sem precedentes.

No entanto, essa nova dinâmica política também trouxe desafios significativos. A proliferação de desinformação nas redes sociais tem o potencial de confundir os eleitores e manipular a opinião pública. Além disso, os algoritmos dessas plataformas podem amplificar informações enganosas, intensificando a polarização e fragmentando ainda mais o debate público. Esse cenário tem levantado questionamentos sobre a necessidade de regulamentação da internet, especialmente em relação à transparência dos algoritmos e ao combate à disseminação de conteúdos falsos.

A desinformação, segundo Freelon e Wells (2020), é uma ferramenta política, sendo difícil a identificação de suas consequências através de uma perspectiva objetiva. Ao examinar o contexto das eleições presidenciais no Brasil no ano de 2022, observamos diversos exemplos de como a desinformação influenciou a participação política nacional. Um caso notório foi o ataque ao Congresso Nacional e ao Palácio da Justiça em 8 de janeiro de 2023, que foi amplamente alimentado por narrativas falsas e teorias da conspiração que questionavam a legitimidade do resultado das urnas. Outro exemplo significativo é o movimento em prol do voto impresso, que ganhou força apesar de não haver evidências substanciais de que a tecnologia atual fosse vulnerável a fraudes. Esses eventos destacam como a circulação de informações falsas pode afetar profundamente a participação e as decisões políticas.

Considerando a clara aptidão que as redes sociais possuem de espalhar a desinformação no Brasil, estão surgindo esforços para regulamentar a internet, especialmente as redes sociais. Entre as iniciativas de regulamentação destaca-se o Marco Civil da Internet (Lei no. 12.965/2014), a primeira legislação criada para proteger a privacidade dos dados dos usuários e regular o uso indevido dessas informações. Complementarmente, a Lei Geral de Proteção de Dados – LGPD (Lei no. 13.709/2018) foi implementada para assegurar a proteção de dados pessoais e garantir maior controle dos usuários sobre suas informações.

Além disso, está em discussão o Projeto de Lei das Fake News (PL 2630/2020), que visa combater a disseminação de notícias falsas e reforçar a responsabilidade das plataformas digitais na verificação e controle de conteúdos, buscando mitigar os impactos negativos da desinformação nas eleições e na sociedade em geral. Nesse processo, os grupos de interesse, aqui definidos como associações estáveis, empresariais, setoriais ou da sociedade civil que não disputam eleições, mas procuram influenciar o processo decisório estatal (Mancuso, 2004a), ao mobilizar recursos financeiros, informacionais e simbólicos, são atores que podem auxiliar na

compreensão do porquê a discussão sobre a regulação da desinformação ora avança, ora se estagna no Congresso.

Diante desse contexto, a pesquisa busca compreender como grupos de interesse influenciam o debate sobre a regulamentação das redes sociais e da desinformação no Brasil, tomando o PL 2630/2020 como caso de estudo. Para isso, são analisadas as iniciativas e os conflitos que envolvem a regulação da internet voltadas ao combate à desinformação, com foco na atuação de atores institucionais e sociais. Adotou-se abordagem qualitativa, baseada em revisão bibliográfica, análise documental e análise de conteúdo. Esta consiste em um método sistemático para interpretar e compreender o significado das comunicações, com foco na identificação de padrões, temas e contextos emergentes nos grupos de interesse. Foram examinadas falas de parlamentares favoráveis e contrários ao projeto, bem como os posicionamentos públicos das Big Techs, a fim de identificar padrões, disputas de interesse e estratégias de influência no processo legislativo.

Para atingir o objetivo proposto, o artigo está dividido em três seções. A primeira aborda o debate teórico sobre políticas públicas e desinformação, apresentando os conceitos base para esta análise, a partir da revisão bibliográfica. Na segunda, são apresentados o histórico e as disputas em torno da regulamentação da internet no Brasil a partir da revisão documental. Por fim, a terceira apresenta a análise de conteúdo dos discursos dos grupos de interesse selecionados.

POLÍTICAS PÚBLICAS E DESINFORMAÇÃO

Existem diversas maneiras de compreender o que é uma política pública. Para Dye (2010) trata-se de tudo o que os governos escolhem fazer ou não fazer. Peters (2015) a define como o conjunto de atividades que os governos empreendem com a finalidade de mudar sua economia e sociedade. Enquanto Howlett, Ramesh e Perl (2013) apontam que as políticas públicas resultam de múltiplas decisões tomadas por diferentes indivíduos e organizações dentro do próprio governo, sendo essas decisões influenciadas por atores e interesses distintos.

Tradicionalmente as políticas públicas são classificadas em quatro categorias: distributivas, redistributivas, regulatórias e constitutivas. A política pública que é objeto de estudo deste artigo, o PL 2630/2020 e sua consolidação, é regulatória. Para Medauar (2002), a regulação ultrapassa o campo econômico e alcança áreas sensíveis da vida social, como a proteção de dados pessoais, a segurança do trabalho, o acesso à informação e as relações raciais. Trata-se, portanto, de um instrumento que reflete escolhas políticas e sociais, atuando diretamente na conformação de direitos e garantias.

Segundo Corrêa (2021), a regulação não se limita a decisões técnicas, pois envolve escolhas marcadas por certo grau de discricionariedade e pela atuação de diferentes grupos de interesse. Além disso, a função fiscalizatória, característica central da regulação, é fundamental para garantir o acompanhamento e a implementação das políticas públicas, especialmente em contextos nos quais o Estado delega a execução a agentes privados. Assim, a regulação, expressa por instrumentos como normatização, fiscalização e incentivo, constitui um espaço de mediação entre interesses públicos e privados, revelando o papel central dos grupos de interesse na definição e implementação das políticas públicas.

A literatura sobre grupos de interesse vem demonstrando que tais organizações representam um mecanismo estruturado de participação política fora das urnas e constituem, ao lado dos partidos, um canal privilegiado de interação entre sociedade e Estado. Numa acepção ampla, grupos de interesse são definidos como “[...] qualquer conjunto de indivíduos unidos por preocupações ou vantagens comuns e conscientes desses vínculos” (Almond; Powell Junior, 1972). Já concepções mais restritas, como propõe Salisbury (1977), os caracterizam como associações formalmente organizadas que buscam influenciar decisões governamentais, enquanto Key (1944) os define como atores que atuam ativamente pela adoção ou rejeição de políticas públicas que afetam seus interesses. Independentemente do recorte adotado, permanece a noção de que esses atores convertem preferências difusas em demandas dirigidas ao poder público, articulando-se em torno de bens materiais, valores simbólicos ou identidades coletivas (Mancuso, 2004b).

Conforme a análise de Mansbridge (1992), esses grupos podem direcionar suas ações para a extração de rendas, ou seja, buscar benefícios próprios por meio da influência política, utilizando-se de sua capacidade organizativa e de recursos financeiros. Nesses casos, os ganhos obtidos tendem a favorecer dirigentes, funcionários e membros, resultando em impactos negativos para a sociedade. Por outro lado, há grupos que atuam de forma construtiva, contribuindo com informações e propostas ao processo deliberativo, com a intenção de colaborar na formulação de políticas públicas mais eficazes e que atendam ao interesse coletivo. Assim, o impacto social das atividades dos grupos de interesse pode variar entre efeitos prejudiciais e benéficos, a depender da lógica que orienta sua atuação.

A influência analisada neste artigo reside primordialmente no conteúdo dos discursos. Para além de fatores estruturais, interessa-nos a capacidade discursiva dos grupos de interesse, isto é, sua aptidão para produzir enquadramentos retóricos, símbolos e narrativas capazes de moldar a percepção pública e parlamentar sobre a necessidade, o alcance e os riscos da regulação digital. Essa capacidade se articula com três dimensões complementares: (1) capacidade informacional, que envolve o domínio de argumentos técnicos e dados empíricos utilizados para conferir autoridade às intervenções; (2) capacidade de *agenda setting*, entendida como a competência de pautar temas, selecionar problemas e priorizar soluções no processo legislativo (Schattschneider, 1960); e (3) capacidade de legitimação simbólica, relacionada ao reconhecimento social de valores, como liberdade de expressão, segurança pública ou proteção de dados, que fundamentam a defesa ou o repúdio ao PL 2630/2020.

Esses conteúdos dos recursos discursivos convergem em estratégias de persuasão que se materializam em audiências públicas, pareceres técnicos, manifestações nas redes sociais, artigos de opinião e, sobretudo, em substitutivos e emendas que reformam o texto legal. No âmbito regulatório, Hood e Margetts (2007) lembram que tais disputas não são neutras, pois diferentes narrativas distribuem custos e benefícios entre os atores e orientam as escolhas sobre instrumentos normativos.

Diante da diversidade de grupos de interesse e das distintas motivações que orientam sua atuação política, esta pesquisa opta por focar especificamente naqueles que participam do debate em torno das políticas públicas de regulação da internet no Brasil, mais especificamente do Projeto de Lei no. 2630/2020. Nesse contexto, a desinformação emerge como um dos principais temas em disputa, mobilizando diferentes atores e influenciando diretamente as propostas de regulação digital.

A desinformação, segundo Freelon e Wells (2020), é uma ferramenta política deliberada, difícil de ser identificada e avaliada objetivamente em termos de suas

consequências. Dessa forma, a desinformação visa frequentemente enganar e manipular o público, podendo inclusive colocar vidas em risco ao conectar diversas fontes e áreas do conhecimento para criar uma narrativa falsa e prejudicial. Ela está dividida em três fases, sendo elas: a) criação – quando a mensagem é criada; b) reprodução – quando a mensagem se torna um produto de mídia; c) e distribuição – quando o produto é distribuído ou tornado público (Furtado, 2022).

Embora Floridi (2010) tenha apontado que a desinformação sempre existiu em veículos de massa como o rádio e a televisão, esse fenômeno é exacerbado pelas redes sociais digitais, que amplificam e disseminam informações enganosas de forma rápida e extensa. Com a ascensão da internet, a desinformação tornou-se mais prevalente, dada a descentralização da produção e do consumo de informações, criando um ambiente propício para a circulação de notícias falsas.

A expressão *fake news*, associada à desinformação, ganhou notoriedade durante a eleição presidencial dos Estados Unidos em 2016, especialmente devido à campanha de Donald Trump, que utilizava informações distorcidas ou chamadas de “fatos alternativos” como estratégia política (Ançanello; Casarin; Furnival, 2023). Um exemplo claro do impacto desse fenômeno é retratado no documentário *Privacidade Hackeada* (2019), da Netflix, que expõe como a empresa Cambridge Analytica utilizou indevidamente dados de mais de 80 milhões de usuários do Facebook para criar perfis psicológicos e, a partir deles, disseminar conteúdos personalizados, frequentemente falsos ou manipulados, com o objetivo de favorecer a candidatura de Trump.

Por meio de algoritmos, a empresa foi capaz de identificar eleitores “indecisos”, especialmente nos estados em que o candidato não tinha maioria eleitoral, direcionando a eles *fake news* com a intenção de influenciar seu voto. Esse caso revelou não apenas uma grave violação de privacidade, mas também como a desinformação, quando aliada a tecnologias avançadas e à ausência de regulamentação, pode comprometer profundamente a integridade de processos democráticos.

Fenômenos semelhantes foram observados no Brasil, especialmente nas eleições presidenciais de 2018 e durante a pandemia de covid-19. A campanha do ex-presidente Jair Bolsonaro e seus apoiadores intensificou a circulação de conteúdos desinformativos, em um cenário que, segundo Ançanello, Casarin e Furnival (2023), refletiu estratégias semelhantes às vistas nos Estados Unidos.

Kalil, Hupffer e Santos (2024) destacam que a desinformação não deve ser compreendida apenas como um conteúdo isolado ou meramente tóxico, mas sim como um fenômeno profundamente enraizado em sistemas históricos de poder. Ao recorrerem à análise desenvolvida por Kuo e Marwick (2021), os autores demonstram como a desinformação está associada à manutenção e reprodução da branquitude – entendida aqui como uma lógica estrutural que opera silenciosamente para manter o privilégio das perspectivas brancas como norma social e cultural.

Segundo essa abordagem, o episódio da eleição de Donald Trump em 2016 não é apenas um marco político isolado, mas um exemplo de como a desinformação pode ser instrumentalizada para reforçar o nacionalismo branco de direita (Kalil, Hupffer; Santos, 2024). Kuo e Marwick (2021) argumentam que tanto o conteúdo quanto o enquadramento das mensagens desinformativas operam de maneira a fortalecer uma visão de mundo centrada na supremacia branca, ao naturalizar discursos que excluem ou marginalizam outros grupos raciais e sociais.

Desse modo, a desinformação parte de um sistema simbólico que se sustenta em desigualdades históricas, ideológicas e estruturais. Como ressaltam Kalil, Hupffer e Santos (2024), esse fenômeno se intensifica quando se observa o papel da mídia tradicional, que historicamente tem contribuído para a normalização de estereótipos e narrativas discriminatórias que reforçam comportamentos racistas, xenofóbicos, transfóbicos e misóginos preexistentes.

As plataformas digitais e os sistemas de inteligência artificial agravam ainda mais os efeitos da desinformação, uma vez que operam por meio de algoritmos que frequentemente reforçam vieses ideológicos e ampliam a polarização (Kalil, Hupffer; Santos, 2024). O uso crescente de tecnologias para a produção automatizada de textos desinformativos permite a criação de conteúdos adaptados a perfis específicos, contribuindo para o fenômeno dos “filtros bolha” e dificultando o acesso a perspectivas divergentes.

Diante de tudo que foi explorado nessa seção, é necessário refletir sobre os desafios da regulamentação da desinformação, especialmente no contexto das redes sociais. No Brasil, essa regulamentação enfrenta obstáculos significativos, não apenas por envolver figuras politicamente influentes que se beneficiam da propagação de notícias falsas – como os presidentes mencionados anteriormente – mas também porque essas informações geram lucro para as próprias plataformas digitais. Segundo Poell, Nieborg e Duffy (2022), empresas como Google, Facebook, YouTube e outras exercem influência direta sobre a produção, distribuição e monetização de conteúdos culturais, inclusive aqueles marcados por desinformação e discurso de ódio. Portanto, regulamentar essas dinâmicas envolve não só controlar os fluxos de informação, mas também enfrentar os interesses econômicos que sustentam a desinformação como produto rentável.

REGULAMENTAÇÃO DA INTERNET NO BRASIL

A formulação de políticas voltadas à informação no Brasil tem se consolidado progressivamente nas últimas décadas, impulsionada pelos desafios impostos pela digitalização e pela crescente presença das tecnologias da informação na vida cotidiana. Um dos marcos mais relevantes nesse processo foi a promulgação do Marco Civil da Internet (Lei no. 12.965/2014), considerado pioneiro na regulamentação do uso da internet no país e um dos primeiros marcos regulatórios no mundo a tratar, de forma ampla e equilibrada, questões como a liberdade de expressão online, a privacidade dos usuários e a responsabilidade das plataformas digitais (Brasil, 2014).

O Marco Civil estabelece princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da internet no Brasil, com foco nos provedores de serviços. Dentre as diretrizes normativas mais relevantes, destaca-se o princípio da neutralidade da rede, a proteção de dados pessoais e a responsabilização dos provedores por conteúdos prejudiciais. Um aspecto fundamental previsto no Marco Civil diz respeito à responsabilização civil dos chamados “provedores de aplicações de internet”, que se enquadram na categoria de provedores de conteúdo, como é o caso das redes sociais. Dessa forma, o Marco Civil da Internet constituiu um importante marco legal e político para a governança digital no Brasil, influenciando não apenas outras legislações nacionais, como a LGPD (Lei no. 13.709/2018), mas também servindo de modelo para discussões internacionais sobre regulação da internet.

Avançando nesse caminho, a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD), sancionada em 2018 e implementada em 2020 (Lei no. 13.709/2018), representou um

marco ainda mais específico e robusto na proteção dos dados pessoais dos cidadãos brasileiros. Inspirada no Regulamento Geral sobre a Proteção de Dados da União Europeia (GDPR), a LGPD introduziu uma série de diretrizes para a coleta, o armazenamento, o tratamento e o compartilhamento de dados por empresas, instituições públicas e privadas. A proposta central da LGPD, conforme exposto em seu artigo 1º, é “[...] proteger os direitos fundamentais de liberdade e de privacidade e o livre desenvolvimento da personalidade da pessoa natural” (Brasil, 2018).

A lei estabelece princípios como a finalidade, necessidade, adequação, livre acesso, segurança e não discriminação, que devem ser observados no tratamento de dados pessoais. Para garantir sua efetividade, a LGPD também instituiu a Autoridade Nacional de Proteção de Dados (ANPD), órgão responsável por zelar, implementar e fiscalizar o cumprimento da legislação. O funcionamento da LGPD se dá por meio da exigência de consentimento claro do titular para o uso de seus dados, além da obrigação das entidades controladoras de fornecer informações sobre como e para que esses dados são utilizados. A legislação ainda prevê sanções administrativas em caso de descumprimento, como advertências, multas e até bloqueio dos dados envolvidos na infração (Brasil, 2018; ANPD, 2021).

Diante do cenário recente, com o avanço das tecnologias baseadas em algoritmos e inteligência artificial, e diante do crescimento exponencial da circulação de desinformação nas plataformas digitais, novas propostas legislativas passaram a ser debatidas, como o Projeto de Lei das Fake News (PL 2630/2020). Antes de nos aprofundarmos nesse projeto, serão abordados aspectos relacionados ao consumo de desinformação pelo público brasileiro e ao conteúdo da proposta, buscando compreender as implicações políticas, sociais e comunicacionais desse fenômeno.

Uma pesquisa realizada pelo DataSenado entre os dias 5 e 28 de junho de 2024, com 21.808 brasileiros, revelou um cenário preocupante em relação à desinformação no país. Segundo os dados, 72% dos usuários de redes sociais – o que equivale a 67% da população com 16 anos ou mais – afirmaram ter visto notícias que consideraram falsas no período de janeiro até junho. Para 31% dos entrevistados, quem compartilha esse tipo de conteúdo tem como objetivo mudar a opinião dos outros – visto que as eleições municipais se aproximavam –, enquanto 30% acreditam que isso pode ocorrer por desconhecimento quanto à veracidade das informações.

A pesquisa também destaca outra preocupação: 81% dos entrevistados acreditam que a disseminação de notícias falsas pode influenciar “muito” os resultados das eleições (Brasil, 2024). Nesse sentido, 78% da população considera “muito importante” o controle das notícias falsas nas redes sociais para assegurar uma competição justa entre os candidatos. Além disso, para 81% dos entrevistados, as plataformas de redes sociais devem ser responsáveis por impedir a disseminação de notícias falsas (Brasil, 2024).

Por último, a pesquisa revelou que um terço dos brasileiros está insatisfeito com a democracia, enquanto 66% ainda acreditam que a democracia é sempre a melhor forma de governo. Esse resultado ressalta a importância de fortalecer as instituições democráticas, garantindo que o processo eleitoral seja transparente e justo, para restaurar a confiança da população no sistema político. Nesse contexto, políticas de informação tornam-se fundamentais, como é o caso do PL das Fake News, que busca regulamentar a atuação das plataformas digitais e combater a disseminação de desinformação.

O projeto teve início no Senado Federal, seu texto é de autoria do senador Alessandro Vieira (PSDB/SE), e tem como relator o deputado federal Orlando Silva (PCdoB/SP). O

PL cria a Lei Brasileira de Liberdade, Responsabilidade e Transparência na Internet e visa à regulamentação das plataformas digitais, como Google, Meta, X (Twitter), TikTok e Telegram. O projeto objetiva o fortalecimento da democracia, transparência dos provedores de internet que prestam serviço no Brasil e o controle na difusão de notícias falsas e discursos de ódio no ambiente virtual.

O foco do PL 2630/2020 (Vieira, 2020) são as Big Techs, como são chamadas as empresas que administram as mídias sociais. Dessa forma, todas as regras e responsabilizações previstas no PL se aplicam às mídias sociais, ferramentas de busca e serviços de mensagens instantâneas. Portanto, as empresas devem atuar sobre conteúdos que estimulem ou disseminem crimes que ferem o Estado democrático de direito, como atos de terrorismo e crimes contra crianças e adolescentes, por exemplo. Ainda assim, nesse cenário, caberá às plataformas adotar medidas preventivas diante de “conteúdos potencialmente ilegais” e, adicionalmente, elaborar e divulgar relatórios de transparência a cada seis meses. Esses documentos, que devem estar disponíveis on-line e redigidos em língua portuguesa, devem detalhar os procedimentos adotados para a moderação de conteúdo.

Na prática, a legislação estabelece que, ao identificar informações suspeitas que indiquem a possibilidade da ocorrência de um crime, as empresas devem comunicar imediatamente às autoridades competentes. Quando um conteúdo for ocultado ou removido, o autor deverá ser notificado sobre os motivos que justificaram essa medida, sendo-lhe garantido o direito de contestar a decisão.

Para assegurar o cumprimento das medidas previstas, o PL das Fake News propõe a criação do Conselho de Transparência e Responsabilidade na Internet – uma entidade autônoma encarregada de fiscalizar a atuação dos provedores de internet. Esse conselho terá a função de conduzir processos administrativos contra os provedores de conteúdo e aplicar sanções em casos de violação da lei. Assim, diante de uma decisão judicial que determine a remoção imediata de determinado conteúdo, os provedores terão o prazo de até 24 horas para cumprir a ordem. O não cumprimento poderá resultar em multa, que varia de R\$50 mil a R\$1 milhão por hora de descumprimento.

Além da criação do Conselho de Transparência e Responsabilidade na Internet, o projeto de lei também estabelece diferentes tipos de punição ou sanção para as plataformas digitais que descumprirem suas obrigações. Caso uma empresa seja considerada negligente ou deixe de adotar medidas eficazes para conter a disseminação de conteúdos ilegais diante de um “risco iminente de danos”, poderá ser instaurado um protocolo de segurança com duração inicial de 30 dias, prorrogável conforme necessário.

Nesses casos, as plataformas poderão ser responsabilizadas por conteúdos publicados por terceiros – como usuários comuns – desde que fique comprovado que a plataforma tinha conhecimento prévio da ilegalidade do conteúdo, mas, mesmo assim, optou pela omissão no caso. Considera-se como conhecimento prévio o recebimento de denúncias feitas por usuários, o que exige a criação de mecanismos eficazes de notificação. Para indivíduos que promovam ou financiem a divulgação em massa de notícias falsas, a lei prevê pena de um a três anos de prisão, além de multa.

Segundo uma reportagem do site *Politize*, embora o Projeto de Lei no. 2630/2020 – conhecido como PL das Fake News – tenha sido defendido por diversos parlamentares e setores da sociedade como uma iniciativa necessária para enfrentar a desinformação e fortalecer a democracia no ambiente digital, ele também tem sido alvo de críticas contundentes, especialmente por parte de parlamentares da oposição

ao governo do presidente Luiz Inácio Lula da Silva (PT). Para esses grupos, o projeto não representa um avanço, mas sim uma ameaça à liberdade de expressão, o que os leva a se referirem à proposta como “PL da Censura”.

Diante desse cenário, a próxima seção traz a análise de conteúdo do posicionamento dos diferentes grupos de interesse envolvidos no debate sobre o projeto de lei, analisando seus argumentos, estratégias e os possíveis impactos por influência da proposta em suas atuações no espaço público e digital.

ANÁLISE DE CONTEÚDO DOS DISCURSOS DOS GRUPOS DE INTERESSE

A tramitação do Projeto de Lei 2630/2020 no Congresso Nacional mobilizou uma ampla gama de atores com interesses distintos e, muitas vezes, conflitantes. Entre os principais grupos envolvidos estão parlamentares de diferentes espectros ideológicos, representantes do Poder Executivo, membros da sociedade civil organizada e, de forma especialmente relevante, as grandes plataformas digitais. As disputas em torno do projeto revelam como a regulação da internet se tornou um campo estratégico de poder, onde se confrontam visões antagônicas sobre liberdade de expressão, responsabilidade na disseminação de conteúdos e soberania informacional.

Esta seção analisa o conteúdo dos discursos mobilizados por esses grupos durante dois momentos cruciais: as votações dos requerimentos de urgência em abril de 2022 e em abril de 2023. A partir desses episódios, é analisado como os argumentos políticos, jurídicos, econômicos e morais foram articulados para defender ou rejeitar o projeto, bem como o papel desempenhado por interesses privados, especialmente das Big Techs, na tentativa de influenciar os rumos do debate legislativo.

A primeira votação do requerimento de urgência para a tramitação do Projeto de Lei 2630/2020 ocorreu em 6 de abril de 2022. A proposta obteve 249 votos favoráveis e 207 contrários, não alcançando os 257 votos necessários para a aprovação. Durante a sessão, os discursos parlamentares evidenciaram a polarização do debate em torno da regulação de conteúdos digitais, especialmente no que diz respeito à liberdade de expressão e ao combate à desinformação.

Parlamentares contrários ao projeto argumentaram que a proposta representaria uma ameaça à liberdade de expressão e criaria mecanismos de censura institucionalizada. A deputada Bia Kicis (PL/DF) afirmou que o PL “[...] muito mais promove a censura e um calar a boca das pessoas que pensam de forma livre, de uma forma divergente de uma verdade que se pretende oficial”. Nessa mesma linha, o deputado Giovani Cherini (PL/RS) questionou: “Quem vai definir o que é Fake News, qual vai ser o ser iluminado que vai dizer isso é Fake News, isso não é?” (Deputados [...], 2022). Cherini ainda acusou o projeto de ter viés político e de tentar inviabilizar a reeleição do então presidente Jair Bolsonaro, ironizando: “Vai ser a oposição deste Plenário que vai dizer o que é verdade e o que é mentira? Que tribunal vai ser este?” (Deputados [...], 2022).

Outros deputados reforçaram as críticas com alegações de que o projeto limitaria a atuação das redes sociais e a autonomia dos usuários. Para o deputado Hildo Rocha (MDB/MA), o PL “[...] aniquila com as redes sociais” e “[...] impõe regras que não são necessárias para um bom funcionamento das redes”. Já o deputado Marcel Van Hattem (Novo/RS) afirmou que, ao tentar combater as fake news, o projeto criaria uma estrutura de controle “soviética”, prejudicando inclusive a disseminação de informações verdadeiras (Deputados [...], 2022).

O deputado Daniel Silveira (PTB/RJ), réu no Supremo Tribunal Federal por divulgar vídeos com ataques a ministros da Corte, também se manifestou de forma veemente contra a proposta. Ele afirmou que o PL seria usado “[...] para prejudicar qualquer tipo de oponente político” e mencionou sua prisão no âmbito do inquérito das fake news como exemplo de perseguição (Deputados [...], 2022).

Em contraste, os defensores da proposta destacaram os impactos negativos da desinformação na vida pública e a necessidade de uma regulação responsável do ambiente digital. A deputada Joice Hasselmann (PSDB/SP) relatou ter sido vítima de diversos ataques falsos e defendeu que o projeto não se trata de censura, mas sim de enfrentamento à mentira e à criminalidade digital. “O PL das Fake News não é um PL contra a liberdade de expressão. É contra a mentira, é contra a calúnia, é contra a difamação, é contra crime”, afirmou (Deputados [...], 2022).

O relator da proposta, deputado Orlando Silva (PCdoB/SP), reforçou o caráter regulatório e democrático da iniciativa, defendendo que o objetivo é tornar a internet um ambiente “mais saudável” e evitar a judicialização excessiva da política. Segundo ele, “[...] nós não podemos ser omissos e não fixar parâmetros para o funcionamento na internet, porque se nós não fizermos isso, o Poder Judiciário fará e não adianta chorar nem lamentar depois” (Deputados [...], 2022). O parlamentar também destacou que o texto “[...] não quer nenhum tipo de censura por parte das empresas de internet”. Ele pontuou que a imunidade parlamentar se estende às redes sociais e que o projeto busca construir mecanismos para a produção de provas em casos de disseminação de fake news (Deputados [...], 2022).

A deputada Lídice da Mata (PSB/BA), relatora da Comissão Parlamentar Mista de Inquérito das Fake News, apontou que o PL responde a um anseio popular por informações confiáveis. Para ela, a desinformação ultrapassa os limites do crime contra a honra e chega a ameaçar a vida, especialmente durante a pandemia. “Veio a pandemia e a sociedade brasileira teve de conviver com pessoas e notícias que negavam a existência do vírus. Portanto, fake news é mais grave que apenas a ofensa, ela ameaça a sobrevivência de pessoas” (Deputados [...], 2022). Também favorável à proposta, o deputado Henrique Fontana (PT/RS) argumentou que o projeto contribui para o fortalecimento da democracia brasileira ao impor limites à atuação de agentes que se aproveitam da ausência de regulação para disseminar conteúdos nocivos. “Temos de decidir se vamos persistir deixando o Brasil sem uma legislação adequada, ou seja, à mercê de mecanismos que atacam a democracia e ferem a liberdade de expressão”, afirmou. Para ele, não se pode permitir que as redes sociais permaneçam uma “terra de ninguém” (Deputados [...], 2022).

Para compreender os embates que envolvem o PL 2630/2020, é fundamental considerar o contexto político em que o projeto foi discutido. Em 2022, o presidente do Brasil era Jair Messias Bolsonaro (PL), ex-militar, conhecido por defender valores conservadores, adotar um discurso hostil a grupos minoritários e frequentemente recorrer a estratégias retóricas baseadas na pós-verdade (Bucci, 2018; Santaella, 2018). Durante a pandemia de covid-19, Bolsonaro fez uso intensivo das redes sociais, especialmente do Twitter (atual X), para disseminar desinformação. Segundo Furtado (2022), essa atuação tinha como objetivo gerar confusão, desviar o foco das críticas e construir narrativas alternativas que relativizassem a gravidade da pandemia. Abaixo constam alguns exemplos de Tweets do ex-presidente Jair Bolsonaro, retirados da pesquisa de Furtado:

Figura 1 – Tweet de Bolsonaro em 25 de março de 2020

Fonte: Furtado (2022).

Figura 2 – Tweet de Bolsonaro em 08 de abril de 2020

Fonte: Furtado (2022).

Após as eleições de 2022, com a vitória do presidente Lula, que incorporou a pauta da regulamentação das redes sociais em sua campanha, o Projeto de Lei 2630/2020 voltou a ser discutido com mais intensidade. Desta vez, no entanto, a tramitação contou com a intervenção de um setor que, até então, não havia se manifestado de forma direta: as grandes plataformas digitais.

Não muito diferente da primeira tentativa em 2022, a segunda votação do requerimento de urgência para a tramitação do Projeto de Lei 2630/2020, realizada

em 25 de abril de 2023, também foi marcada por polarização, tumultos e intensos debates no plenário da Câmara dos Deputados. Dessa vez, no entanto, o requerimento foi aprovado, com 238 votos favoráveis e 192 contrários, garantindo a tramitação acelerada da proposta, que trata da criação da Lei Brasileira de Liberdade, Responsabilidade e Transparência na Internet (Siqueira; Piovesan, 2022).

O relator da proposta, deputado Orlando Silva (PCdoB/SP), declarou que a aprovação do regime de urgência abriria uma nova fase de negociações: “É um esforço concentrado para uma nova rodada de conversas” (Siqueira; Piovesan, 2022). Um dos pontos mais controversos da versão então em debate era a criação de uma autarquia federal especial responsável por fiscalizar a aplicação da lei. A medida foi criticada por partidos como o PL, Novo e a Frente Parlamentar Evangélica, que se posicionaram contrariamente ao trecho. Diante da resistência, o relator afirmou que estava disposto a alterar o texto da proposta, inclusive delegando a fiscalização a outro órgão já existente, caso o Executivo assim decidisse (Siqueira; Piovesan, 2022).

Orlando Silva, em sua defesa do projeto, reforçou que o objetivo da proposta era tornar a internet um ambiente mais saudável e seguro. Negou qualquer tentativa de censura: “A liberdade de expressão está fortalecida com um processo em que o próprio usuário pode contestar quando se sentir prejudicado” (Siqueira; Piovesan, 2022). Apesar dos ajustes propostos, deputados da oposição seguiram denunciando supostos riscos à liberdade de expressão. O deputado Marcel Van Hattem (Novo-RS) acusou o projeto de tentar “amordaçar” a oposição e criticou a presença do ministro Alexandre de Moraes, do Supremo Tribunal Federal, alegando tentativa de “coação” aos parlamentares. Para Van Hattem, “[...] o objetivo é criar limites que nos calam, nos silenciam e que podem nos levar à cadeia por manifestar opinião política, religiosa ou defender algum setor econômico como o agro” (Siqueira; Piovesan, 2022).

Após a aprovação do requerimento de urgência para a tramitação do Projeto de Lei 2630/2020 em abril de 2023, diversas plataformas digitais (como Google, Meta e Spotify) passaram a atuar de maneira incisiva contra o projeto. Segundo análise do Laboratório de Estudos de Internet e Mídias Sociais da UFRJ (Netlab), essas empresas veicularam anúncios contrários ao PL de forma opaca, contrariando seus próprios termos de uso e princípios de transparência. O relatório “A guerra das plataformas contra o PL 2630”, publicado pelo Netlab em abril de 2023, destaca como essas campanhas tentaram minar a credibilidade do projeto, associando-o a tentativas de censura e violação da liberdade de expressão. Como exemplificado no estudo:

Google, Meta, Spotify e Brasil Paralelo anunciam e veiculam anúncios contra o PL 2630 (PL das Fake News), porém de forma opaca e burlando seus próprios termos de uso. Isso pode configurar abuso de poder econômico às vésperas da votação do projeto de lei por tentar impactar a opinião pública e o voto dos parlamentares. As plataformas estão usando todos os recursos possíveis para impedir a aprovação do PL 2630 porque o que está em jogo são os bilhões arrecadados com publicidade digital que atualmente não possuem nenhuma regra, restrição ou obrigação de transparência, deixando anunciantes e consumidores vulneráveis aos seus interesses econômicos. Se o PL 2630 não for aprovado, as big techs conseguem manter a assimetria regulatória que existe no mercado e, portanto, manter suas vantagens competitivas frente aos outros meios de comunicação que também vivem de publicidade. (Netlab, 2023, p. 2).

Um dos casos mais emblemáticos foi o do Google, que exibiu na página inicial de seu buscador, no dia 1º de maio de 2023, uma mensagem afirmando que o PL 2630 poderia “aumentar a confusão entre o que é verdade e mentira no Brasil”, redirecionando os usuários a um texto assinado por Marcelo Lacerda, posteriormente impulsionado também nas plataformas da Meta (Netlab, 2023). Essa ação foi amplamente criticada por organizações da sociedade civil e motivou intervenção da Secretaria Nacional do Consumidor (Senacon), vinculada ao Ministério da Justiça.

Figura 3 – Link da matéria contra o PL 2630/2020 na tela inicial do Google



Fonte: Mendes (2023).

Além disso, o relatório indica que ao pesquisar “PL 2630” no Google em 29 de abril, era possível visualizar anúncios pagos rotulando o projeto como “PL da Censura”. Essas ações também foram disseminadas via Spotify, ainda que os próprios termos de uso do Spotify proíbam conteúdos patrocinados com temáticas políticas. Contudo, como a plataforma não disponibiliza biblioteca de anúncios ou relatórios de transparência, não é possível saber quantas vezes os anúncios foram exibidos, qual o público impactado ou os valores investidos (Netlab, 2023).

Figura 4 – Anúncio do Google sobre “PL da censura”



Fonte: Netlab (2023).

As estratégias também envolveram a manipulação dos resultados de busca. O Netlab aponta que, mesmo diante da presença de fontes jornalísticas tradicionais e canais oficiais, o Google priorizou resultados de portais hiperpartidários e influenciadores de direita. Entre eles, destaca-se:

- a) O site *Boletim da Liberdade*, ligado ao ex-deputado Paulo Ganime (Novo-RJ), que divulga falas de parlamentares como Kim Kataguirí (União-SP) em tom alarmista, sugerindo que o projeto causaria censura generalizada e repressão à liberdade de expressão;
- b) O site *Pleno News*, voltado ao público evangélico, que destacou apenas vozes oposicionistas, como o Partido Novo, a Bancada Evangélica e o PL;
- c) A plataforma *Brasil Paralelo*, acusada de disseminar desinformação e que impulsionou conteúdos contrários ao PL nas redes e também apareceu entre os principais resultados orgânicos no Google (Netlab, 2023).

Figura 5 – Anúncio no Google sobre reportagem do Brasil Paralelo



Fonte: Netlab (2023).

Tais dados revelam a dimensão do conflito de interesses das plataformas, motivado, sobretudo, pela ausência de regulação no mercado de publicidade digital. Como destaca o Netlab (2023, p. 9):

O problema é a falta de regulação que cria uma assimetria regulatória na qual 2/3 do total do mercado publicitário (referente a publicidade digital) não obedecem a nenhuma regra, restrição ou obrigação de transparência, deixando anunciantes e consumidores vulneráveis aos interesses econômicos das plataformas. Anúncios promovendo compra de armas, golpes de estado e fraudes financeiras podem facilmente ser veiculados nas plataformas, que ganham dinheiro também com esse tipo de publicidade tóxica.

Segundo o mesmo relatório, a publicidade digital representa a principal fonte de receita dessas empresas. No entanto, sem mecanismos de transparência e regulação, não há como aferir qual parcela dos lucros é proveniente de anúncios criminosos,

desinformativos ou prejudiciais ao interesse público, justamente os que seriam atingidos pela proposta do PL 2630 (Netlab, 2023).

Figura 6 – Gráfico da receita da Meta e do Google em anúncios em 2022



Fonte: Netlab (2023).

O Projeto de Lei das Fake News (PL 2630/2020), apesar de suas intenções de estabelecer normas para transparência, responsabilidade e segurança no ambiente digital, enfrentou resistências significativas ao longo de seu trâmite legislativo. O avanço do PL foi severamente impactado por uma articulação coordenada entre pressão parlamentar e atuação direta das plataformas digitais. Embora o requerimento de urgência tenha sido aprovado em abril, e o projeto pautado para votação em maio de 2023, a combinação entre o lobby das Big Techs e a mobilização de partidos de oposição levou à sua retirada de pauta (Silveira, 2024).

Inicialmente proposto como um marco regulatório para promover responsabilidade, transparência e liberdade na internet, o projeto acabou sendo capturado por disputas ideológicas e rotulado como instrumento de censura por setores da direita, com auxílio das próprias Big Techs. Operando em arenas que vão do Parlamento às redes sociais globais, esses atores adotam estratégias multiescalares: influenciam emendas ao texto legal, litigam no Supremo Tribunal Federal, promovem campanhas de conscientização e financiam artigos de opinião na imprensa. O resultado tem sido um processo legislativo marcado por avanços pontuais, recuos estratégicos e sucessivas alterações de redação, refletindo o equilíbrio instável de poder entre Estado, mercado e sociedade civil. Desvendar como cada grupo mobiliza recursos, enquadra narrativas e constrói alianças é, portanto, condição indispensável para compreender a trajetória do PL 2630/2020 e iluminar os desafios da regulação da desinformação no Brasil contemporâneo.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este artigo analisou como grupos de interesse – parlamentares de diferentes espectros ideológicos e plataformas digitais – influenciam o debate sobre a regulação da desinformação no Brasil via PL 2630/2020. Para isso foram analisadas as iniciativas e os conflitos em torno da regulamentação das redes sociais. Primeiro foi feito o debate teórico em torno dos conceitos-chaves: políticas públicas e desinformação. Na continuação do artigo, foi explorado o contexto da regulamentação da internet no país, para finalizar com a análise de conteúdo dos discursos dos grupos de interesse.

A abordagem qualitativa – apoiada em revisão bibliográfica, análise documental e análise de conteúdo de discursos parlamentares e posicionamentos das Big Techs – permitiu demonstrar que a proposta legislativa ficou presa a enquadramentos antagônicos: para seus opositores, ela representaria censura; para seus defensores, configuraria uma salvaguarda democrática diante dos danos informativos. Verificou-se que os diferentes atores mobilizaram capacidades discursivas, informacionais e de agenda para ampliar ou bloquear sua tramitação, com destaque para o uso, pelas plataformas, de sua própria infraestrutura de anúncios e algoritmos de busca para desacreditar o projeto e preservar um mercado publicitário opaco e altamente lucrativo.

A pesquisa demonstrou que os grupos de interesse, especialmente as grandes plataformas digitais, têm exercido forte influência sobre o debate regulatório por meio do uso estratégico de sua própria infraestrutura tecnológica – algoritmos, anúncios pagos e mecanismos de busca – para desacreditar o Projeto de Lei no. 2630/2020 e mobilizar a opinião pública contra a proposta. Esse movimento provocou uma comoção social significativa, contribuindo para a retirada do projeto de pauta e o adiamento do debate regulatório.

Como resultado, o Brasil atravessou as eleições municipais de 2024 sem uma legislação específica para lidar com a desinformação nas redes e caminha para mais uma eleição presidencial sob o mesmo vácuo normativo. Passados quatro anos desde a apresentação do PL, o tema permanece sem consenso no Congresso, mesmo diante de evidências como a pesquisa DataSenado (Brasil, 2024), que aponta que 81% da população reconhece a desinformação como ameaça séria às eleições e atribui às plataformas responsabilidade central pelo problema. Isso evidencia não apenas o poder de *agenda setting* e pressão dessas corporações, mas também os riscos democráticos de um processo regulatório capturado ou paralisado por interesses econômicos.

Os méritos do estudo residem em integrar literatura sobre políticas regulatórias, desinformação e grupos de interesse, e em propor uma matriz analítica aplicável a outras agendas de governança digital. As limitações do trabalho relacionam-se ao foco em fontes públicas e a dois momentos legislativos específicos, o que sugere agendas futuras que explorem negociações informais, impactos distributivos de diferentes desenhos regulatórios e a interseção entre arquitetura algorítmica e desigualdades socioeconômicas. Reconhece-se, ainda, a restrição temporal (2022–2023) e a ênfase em documentos oficiais, o que pode subestimar dinâmicas decisivas nos bastidores legislativos.

Pesquisas futuras poderiam: (i) analisar a atuação de grupos de interesse em fases posteriores da tramitação do PL; (ii) investigar os efeitos de eventuais mudanças legislativas sobre o mercado de publicidade digital; e (iii) explorar a relação entre regulação, arquitetura algorítmica e disparidades de gênero, raça ou classe no acesso à informação. Em síntese, conclui-se que regular a desinformação não se resume à criação de sanções ou protocolos de moderação, mas exige o reconhecimento da influência diferenciada dos atores no ecossistema comunicativo, o estabelecimento de mecanismos robustos de transparência e o fomento à participação social qualificada no processo regulatório. Somente assim será possível equilibrar liberdade de expressão, inovação tecnológica e responsabilidade democrática no ambiente digital brasileiro.

SOBRE AS AUTORAS

Alissa Borges Kalil – Mestranda em Políticas Públicas pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Bacharel em Políticas Públicas pela mesma instituição.

Jennifer Azambuja de Moraes – Doutora em Ciência Política pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Professora do Departamento de Ciência Política da UFRGS. Pesquisadora do Núcleo de Pesquisa sobre América Latina (Nupesal).

REFERÊNCIAS

1. SIQUEIRA, Carol; PIOVESAN, Eduardo. Deputados rejeitam urgência a projeto de combate a fake news. *Agência Câmara De Notícias*, 6 abr. 2022. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/noticias/864946-deputados-rejeitam-urgencia-a-projetode-combate-a-fake-news/>. Acesso em: 28 jun. 2025.
2. ALMOND, Gabriel A.; POWELL JUNIOR, G. Bingham. *Comparative politics: a developmental approach*. Boston: Little, Brown and Company, 1972.
3. ANÇANELLO, Juliana Venancio; CASARIN, Helen de Castro Silva; FURNIVAL, Ariadne Chloe. Competência em informação, fake news e desinformação: Análise das pesquisas no contexto brasileiro. *Em Questão*, Porto Alegre, v. 29, e125782, 2023. DOI: <https://doi.org/10.1590/1808-5245.29.125782>
4. AUTORIDADE NACIONAL DE PROTEÇÃO DE DADOS (ANPD). *Relatório de Gestão 2021*. Brasília, 2021. Disponível em: <https://www.gov.br/anpd/pt-br>. Acesso em: 12 maio. 2025.
5. BRASIL. Senado Federal. *Pesquisa DataSenado revela o que pensa o brasileiro sobre Fake News*. Brasília: Senado Federal, 2024. Disponível <https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2024/08/19/pesquisa-datasenado-revela-o-que-pensa-o-brasileiro-sobre-fake-news>. Acesso em: 08 jun. 2025.
6. BRASIL. *Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018*. Dispõe sobre a proteção de dados pessoais e altera a Lei nº 12.965, de 2014 (Marco Civil da Internet). Brasília, 15 ago. 2018. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/l13709.htm. Acesso em: 09 jun. 2025.
7. BRASIL. *Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014*. Estabelece princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da internet no Brasil. Brasília, 24 abr. 2014. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/l12965.htm. Acesso em: 10 jun. 2025.
8. BUCCI, Eugênio. Pós-verdade e a política. In: BUCCI, Eugênio. *A forma bruta dos protestos*. São Paulo: Companhia das Letras, 2018.
9. CORRÊA, Hector Augusto Berti. *Como estudar políticas públicas regulatórias a partir do Quadro de Referência de Bucci?* Reflexões baseadas em um conceito possível de políticas dessa natureza e do Fundo de Universalização dos Serviços de Telecomunicações. 2021. Tese (Bacharelado em Direito) – Faculdade de Direito, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2021.
10. DEPUTADOS rejeitam urgência a projeto de combate a fake news. *Agência Câmara de Notícias*, 6 abr. 2022. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/noticias/864946-deputados-rejeitam-urgencia-a-projeto-de-combate-a-fake-news/>. Acesso em: 28 jun. 2025.
11. DYE, Thomas R. *Understanding public policy*. 13th ed. Boston: Longman, 2010.
12. FLORIDI, Luciano. *Information: a very short introduction*. [S. l.: s. n.], 2010. v. 148.
13. FREELON, Deen; WELLS, Chris. Disinformation as political communication. *Political Communication*, v. 37, n. 2, p. 145-156, 2020. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/10584609.2020.1723755>. Acesso em: 18 abril. 2025.
14. FURTADO, Diego Freitas Iribarrem Icart. *Os mortos do capitão: A narrativa do presidente Jair Bolsonaro no Twitter em relação à covid-19 durante o primeiro semestre de 2020*. 2022. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) – Escola de Comunicação, Artes e Design, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2022.
15. HOOD, Christopher; MARGETTS, Helen. *The tools of government in the digital age*. Houndmills: Palgrave Macmillan, 2007.
16. HOWLETT, Michael; RAMESH, M.; PERL, Anthony. *Política Pública: Seus ciclos e subsistemas: uma abordagem integradora*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2013.
17. KALIL, Agnes Borges; HUPFFER, Haide Maria; SANTOS, Dailor dos. *A plataformação da desinformação e o Projeto de Lei das Fake News*. 2024. [Trabalho realizado no âmbito do projeto “Inteligência Artificial e Sociedade de Algoritmos: Regulação, Riscos Discriminatórios, Governança e Responsabilidades” – Edital Fapergs 07/2021 – Programa Pesquisador Gaúcho – PqG].

18. KEY, Valdimer O. *Politics, parties, and pressure groups*. 3rd ed. New York: Thomas Y. Crowell, 1944.
19. KUO, Rachel; MARWICK, Alice. Critical disinformation studies: History, power, and politics. *Harvard Kennedy School Misinformation Review*, v. 2, n. 4, p. 1-12, 2021. Disponível em: https://misinforeview.hks.harvard.edu/wp-content/uploads/2021/08/kuo_critical_disinformation_studies_20210812.pdf. Acesso em: 20 jun. 2025.
20. LABORATÓRIO DE ESTUDOS DE INTERNET E MÍDIAS SOCIAIS (NETLAB). *A guerra das plataformas contra o PL 2630*. Rio de Janeiro: Eco; UFRJ, 2023. Disponível em: <https://uploads.strikinglycdn.com/files/2cab203d-e44d-423e-b4e92a13cf44432e/A%20guerra%20das%20plataformas%20contra%200%20PL%202630%20-%20NetLab%20UFRJ,%20Abril%202023.pdf>. Acesso em: 28 jun. 2025.
21. MANCUSO, Wagner. Partidos políticos e grupos de interesse: Definições, atuação e vínculos. *Leviathan: Cadernos de Pesquisa Política*, n. 1, p. 395-407, 2004a. DOI: <https://doi.org/10.11606/issn.2237-4485.lev.2004.132249>
22. MANCUSO, Wagner. Grupos de interesse no Congresso brasileiro. *Opinião Pública*, v. 10, n. 2, p. 388-414, 2004b.
23. MANSBRIDGE, Jane J. A deliberative theory of interest representation. In: PETRACCA, Mark P. (Ed.). *The politics of interests: Interest groups transformed*. Boulder: Westview Press, 1992. p. 32-57.
24. MEDAUAR, Odete. *Direito administrativo moderno*. 15. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2002.
25. MENDES, Lucas. Diretores do Google dizem à PF que campanha sobre PL das Fake News buscou fomentar o debate. *CNN Brasil*, 21 jun. 2023. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/politica/diretores-do-google-dizem-a-pf-que-campanha-sobre-pl-das-fake-news-buscou-fomentar-o-debate/>. Acesso em: 28 jun. 2025.
26. PETERS, B. Guy. *Advanced introduction to public policy*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing, 2015.
27. POELL, Thomas; NIEBORG, David; DUFFY, Brooke Erin. *Platforms and cultural production*. Cambridge: Polity Press, 2022.
28. PRIVACIDADE Hackeada. Direção: Karim Amer e Jehane Noujaim. Produção: Karim Amer, Jehane Noujaim, Pedro Kos, Judy Korin e Geralyn Dreyfous. Estados Unidos: Netflix, 2019. 113 min, son., color.
29. SALISBURY, Robert H. Interest groups. In: GREENSTEIN, Fred I.; POLSBY, Nelson W. (Eds.). *Handbook of Political Science*. Reading, MA: Addison-Wesley, 1977. Vol. 4: Nongovernmental Politics, p. 171-222.
30. SANTAELLA, Lucia. *A pós-verdade é verdadeira ou falsa?* São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2018.
31. SCHATTSCHEIDER, Elmer E. *The semi-sovereign people: A realist's view of democracy in America*. New York: Holt, Rinehart and Winston, 1960.
32. SILVEIRA, Yara Maria Testa da. *Regulação das mídias sociais no Brasil: Interesses, lobby e possíveis caminhos na tramitação do PL 2630/2020*. 2024. Dissertação (Mestrado em Administração Pública) – Fundação Getúlio Vargas, Escola de Políticas Públicas e Governo, Brasília, 2024.
33. VIEIRA, Alessandro. Senado Federal. *Projeto de Lei nº 2630, de 2020*. Lei das Fake News. Dispõe sobre a liberdade, responsabilidade e transparência na Internet. Brasília, 2020. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=2256735>. Acesso em: 09 jun. 2025.

Submissão em 31 de outubro de 2025.

Aceito em 19 de dezembro de 2025.

