

REGULAÇÃO DO DIGITAL NO BRASIL: UMA ANÁLISE DAS BASES UTÓPICAS DO PROJETO DE LEI 2630/20¹

DIGITAL REGULATION IN BRAZIL: AN ANALYSIS OF THE UTOPIAN BASES OF BILL 2630/20

Antonio Hélio da Cunha Filho

Universidade Federal de Pernambuco

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2098-6965>

Carolina Dantas de Figueiredo

Universidade Federal de Pernambuco

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6611-2038>

DOI: 10.9771/contemporanea.v24i1.65322

RESUMO:

No cerne dos objetivos deste artigo está compreender se o Projeto de Lei n.º 2630/2020 se estabelece como uma utopia para a comunicação digital brasileira, analisando seu potencial de contribuição para a democracia e para a distribuição informacional no país. Em vista do panorama social, cultural e econômico causado pela presença massiva do ambiente digital, e o consequente desenvolvimento de uma interface estreita entre a comunicação e as relações políticas, a proposta versa sobre liberdade, responsabilidade e transparência na internet. Refletindo sobre o projeto como uma proposta de melhorias para a comunicação digital, a análise foi realizada por meio de uma Análise de Conteúdo estruturada nos preceitos teóricos de Serra de consenso, transparência e autorregulação. Os resultados apontam que projetos como este atuam como propostas regulatórias antidistópicas contra o capital privado e o controle dos conglomerados de tecnologia, ao buscar a preservação da soberania e do Estado Democrático de Direito.

PALAVRAS-CHAVE: Comunicação, digital, legislação, utopia, PL2630/20.

ABSTRACT:

This article aims to understand whether Bill No. 2630/2020 establishes itself as a utopia for Brazilian digital communication, analyzing its potential contribution to democracy and

information distribution in the country. Given the social, cultural, and economic landscape resulting from the massive presence of the digital environment, and the consequent development of a close interface between communication and political relations, the bill addresses freedom, responsibility, and transparency on the internet. Reflecting on the bill as a proposal for improvements to digital communication, the analysis was carried out through a Content Analysis structured on Serra's (2006) theoretical principles of consensus, transparency, and self-regulation. The results indicate that projects like this act as anti-dystopian regulatory proposals against private capital and the control of technology conglomerates, seeking to preserve sovereignty and the democratic rule of law.

KEYWORDS: Communication, digital, legislation, utopia, PL2630/20.

DIGITAL: O FUTURO DO PRETÉRITO UTÓPICO E O PALCO DISTÓPICO DAS DISPUTAS DE NARRATIVAS

A construção de um instinto competitivo social, especialmente no controle do poder, permitiu que as relações fossem projetadas como disputas, e essas disputas sempre transbordaram para mediar as relações sociais. Essas questões, especialmente as relacionadas ao controle do capital financeiro, dos fluxos e das decisões sociais que impactam diretamente a vida das pessoas, são determinantes para o futuro das mais diversas coletividades (Berardi, 2019). O futuro das sociedades sempre foi o principal prêmio de qualquer batalha, seja uma disputa eleitoral, seja uma guerra. Esse controle do futuro também está relacionado ao sonho que os grupos concebem para sua coletividade, até porque o que é utópico para um pode não ser para outros. Por isso, ao entender o acirramento das questões digitais, esta pesquisa busca compreender os mecanismos e as experiências legais e institucionais que tentam equalizar essa relação utópica, especialmente no contexto da comunicação digital brasileira.

Berardi (2019) comenta que o século XX foi, em sua maior parte, o momento em que a humanidade acreditou no futuro, impulsionada por diversas correntes ideológicas, políticas, artísticas e econômicas. Porém, o autor observa que hoje vivemos a decepção com o futuro sonhado, com promessas não concretizadas. Ele acredita que aqueles que “venceram” a disputa na época não conseguiram atender às necessidades daqueles que, de alguma forma, possibilitaram a vitória.

Nenhuma resposta. Nenhuma ação política foi decidida para se obter esse resultado, nenhum prazo intermediário foi estabelecido. A complexidade do problema supera evidentemente as

capacidades de conhecimento e de ação da política mundial. A política não pode mais nada. O futuro foge das mãos e da vista. Tudo foi radicalmente alterado talvez por excesso de velocidade. No futuro, vemos apenas as sombras terríveis de um passado que preferiríamos esquecer (Berardi, 2019, p. 76).

Para Figueiredo (2012), existem alguns elementos primordiais para a crença em um futuro utópico, prometido pelas relações capitalistas ainda em meados do século XX: a democracia neoliberal, a comunicação livre e o poder da tecnologia. É importante perceber que, mesmo sendo questões levantadas há décadas, esse tripé de promessas utópicas perdura até hoje. Acreditando nessas premissas, a sociedade contemporânea habita o futuro, agora presente, que foi prometido; porém, na realidade, a vida de bem-estar social para as massas parece distante.

Nessas relações, é possível perceber que os mesmos elementos pensados por Figueiredo (2012) são similares ao tripé que estabelece o poderio das empresas controladoras das relações hegemônicas em escala global. Essa tríade é formada por mídia, capitalismo e desenvolvimento tecnológico (Morozov, 2018); serão os elementos basilares do que entendemos por *Big Techs*, esses oligopólios de tecnologia e comunicação com um modelo de negócio baseado no controle de produção de aparelhos eletrônicos, relação com o varejo e, principalmente, o uso e a extração de dados no digital.

Conforme comentam Morozov (2018) e Empoli (2019), essas empresas têm relação direta com os rumos da democracia liberal, prometida como um dos instrumentos de controle utópico da sociedade. Na atualidade, os rumos dessa mesma democracia passam pelo modo como as massas usam e são usadas por essas redes, acionando mais uma das características prometidas: a comunicação totalmente livre.

As *Big Techs* e as vivências no digital são as exemplificações ilustrativas dos instrumentos de poder pensados pelos arquitetos do futuro, ainda no século XX. Agora, é possível refletir se ela se mostra como uma utopia ou distopia – ou melhor, ela deveria ser uma utopia, mas é preciso pensar de quem e para quem ela o é.

Os acionamentos possibilitados pelas relações no digital têm levado a um deslocamento do protagonismo das interações sociais para relações reduzidamente artificiais e exageradamente mediadas. Com essa dinâmica, “centrando o foco na técnica, a utopia da comunicação corre o risco de perder o indivíduo de vista” (Figueiredo, 2012, p. 148). A despersonalização causada pelas relações digitais tende a tornar a comunicação “livre”

em um ambiente que cria embates em que o outro pode sempre parecer o inimigo próximo, ao passo que se mostra alguém distante. Essa desterritorialização no digital também gera uma distância que fragiliza as relações sociais e, conseqüentemente, as convivências e sustentações democráticas.

O digital, nesse contexto neoliberal, é um espaço propício a fomentar questões caóticas, pois os algoritmos, controladores das mediações nesse ambiente (Empoli, 2019), são arquitetados para dar visibilidade a esses embates que de utópico não têm nada.

Essa distopia capitalista, envolta em promessas liberais utópicas, permitiu uma fragilização do tecido social, fazendo com que existam características específicas que mostram a distopia atual como sendo a utopia do algoritmo. Ou seja, a propagação de notícias falsas e discursos de ódio, e a escolha de inimigos comuns, entre outros elementos, engendram comportamentos específicos de sujeitos e ideologias que crescem, sem muitas dificuldades, a partir do caos e do que Frias (2022) denomina “conexão explosiva”.

Frente a todas essas questões expostas, e entendendo os embates sociais que têm as plataformas e redes como palco, o Congresso Nacional propõe o Projeto de Lei (PL) 2630/2020, que “Institui a Lei Brasileira de Liberdade, Responsabilidade e Transparência na Internet” (Brasil, 2020). A lei é de autoria do senador Alessandro Vieira, do partido Cidadania de Sergipe.

O Projeto de Lei 2630/20 institui a Lei Brasileira de Liberdade, Responsabilidade e Transparência na Internet. O texto cria medidas de combate à disseminação de conteúdo falso nas redes sociais, como Facebook e Twitter, e nos serviços de mensagens privadas, como WhatsApp e Telegram, excluindo-se serviços de uso corporativo e e-mail (Brasil, 2020).

O projeto agora tornou-se objeto de discussão em espaços midiáticos e de sociabilidade coletiva e, como a maioria dos elementos que envolvem a política no país, tem gerado visões maniqueístas. Portanto, este artigo propõe como questão central: o PL 2630/2020 representa uma utopia para a comunicação digital brasileira?

Esta pesquisa busca compreender de que maneira o PL 2630/2020 se configura como uma promessa utópica para a comunicação digital no país. Para isso, utilizará como procedimentos metodológicos as técnicas de análise de conteúdo que serão estruturadas por categorias concebidas a partir de três elementos fundamentais para uma comunicação utópica, conforme definido por Serra (2006): consenso, transparência e autorregulação.

BIG TECHS E SUL GLOBAL: TERRITÓRIO DE EXPERIMENTAÇÃO E TENSIONAMENTOS

Segundo dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios², em números absolutos, são mais de 65,6 milhões de domicílios conectados à internet em todo território nacional, com 5,8 milhões a mais do que a última pesquisa feita em 2019. Segundo levantamento feito pela Comscore³ em 2023, o Brasil é o terceiro maior consumidor de redes sociais em todo o planeta: ao todo, são 131,5 milhões de usuários conectados em alguma rede social. A estimativa feita pela mesma pesquisa, cujo título é “Tendências de Social Media 2023”, indica que, em média, o brasileiro passa 46 horas por mês em atividade nas redes sociais.

No Brasil, a hipermediatização é apresentada em números e reflete uma característica que transcende as redes sociais. Revela, na realidade nacional, uma relação íntima e constante com as mídias, sintoma do comportamento dessa população. Com a chegada massiva da internet, especialmente das redes sociais e dos dispositivos móveis a partir da década de 2010, essa interação simbólica com a comunicação se intensificou, tanto em quantidade quanto em possibilidades. É importante notar que o modelo de crescimento no digital, fruto de um embate mais conflituoso, conforme Frias (2012), faz com que a presença marcante do brasileiro também desborde em tensionamentos, conflitos, disputas, interações e construções de novas possibilidades de comunicação, estimuladas pela lógica das redes.

E a quem favorecem esses conflitos? Se o modelo de negócio das *Big Techs* baseia-se no uso dos dados fornecidos pelas mídias digitais, a presença ativa nesses espaços torna-se crucial, especialmente quando alimenta a lógica dos algoritmos. Essa noção de crescimento dos algoritmos refere-se a “um mecanismo para amplificar discursos, com conteúdos selecionados com base em um algoritmo e sistema de recomendação” (Kleina; Sampaio, 2021).

Pela influência de uma cultura midiática robusta, o Brasil se torna, em muitos casos, um laboratório para o teste de novas ferramentas e serviços das *Big Techs*. Um exemplo disso foi em 2019, quando o Instagram introduziu ferramentas que o aproximavam do TikTok, testando-as com a população brasileira. O Brasil serve como um dos indicadores para medir a aderência às novas propostas midiáticas digitais, o que merece, portanto, atenção especial das mídias. Além disso, a emergência de um novo ecossistema, o cenário

de capitalismo de plataformas (Figaro; Silva, 2020), revela uma estratégia que se alinha ao mercado financeiro, em que o tripé formado por comunicação, tecnologia e financeirização se estabelece como base dos interesses hegemônicos.

Esse processo também é destacado por Grohmann (2019, 2020), que caracteriza a plataformação pela transformação de atividades humanas em serviços intermediados por estruturas sociotécnicas. Ademais, essas plataformas digitais fomentam desigualdades sociais, comunicativas e, sobretudo, econômicas, pois, mesmo em um país tão envolvido com as mídias como o Brasil, muitos ainda não têm acesso às tecnologias ou às habilidades necessárias para manuseá-las.

Se o futuro das relações e da democracia está atrelado à arquitetura dos algoritmos nessas plataformas, observa-se mais uma vez que a dinâmica da utopia midiática-capitalista tende à reprodução e ao aprofundamento das desigualdades, agora também transbordando para o âmbito político (Grohmann, 2019, 2020).

Observa-se, portanto, um ciclo intermitente na busca pela construção de futuros utópicos, desencadeando um cenário de certo descontrole, como nas questões digitais que interferem em outras esferas, seja política, social, econômica ou cultural. Estratégias são necessárias para propor uma comunicação digital que supere esses obstáculos beligerantes e se mostre viável e democrática. Nesse contexto, o PL 2630 surge como um instrumento que visa retirar o Brasil dessa condição de laboratório das *Big Techs*, ao buscar regular o tráfego de informações no digital.

Para o estabelecimento dessa dinâmica, um dos primeiros movimentos seria o de construir uma regulação que se torne um instrumento cujo objetivo seja solucionar o avanço do controle massivo do digital e, conseqüentemente, do poderio estrutural, econômico e simbólico das *Big Techs*. Entedemos que o território da internet é movediço, volátil e dinâmico, portanto, estabelecer marcos temporais legais e institucionais permitirá ter pressupostos e mínimas bases de controle para que em um Estado Democrático de Direito, como o brasileiro, as regras sejam claras, respeitadas e de vigilância exequível das instituições competentes.

Pensando nisso, Hui (2020) oferece uma perspectiva valiosa para compreender que a internet e a cultura digital podem ser instrumentos transcendentais de sua funcionalidade técnica. O autor entende essa dinâmica como tecnodiversidade e reconhece que as tecnologias não são universais, mas, sim, moldadas por culturas e contextos específicos.

Ou seja, podem ser percebidas em seus ambientes sociais particulares e não têm um poder imperativo que as isente de controle ou de interação com outras questões sociotécnicas.

Assim, surge um convite à sociedade para considerar as múltiplas formas de tecnologia, bem como sua apropriação e legislação, refletindo sobre suas próprias ontologias e cosmologias. Nesse contexto, emerge, então, uma cosmotécnica (Hui, 2020) que propõe uma abordagem descentralizada ao questionar a hegemonia das plataformas digitais e incentivar uma apropriação mais legítima e diversificada desses espaços. Dessa forma, é possível enxergar a internet como um solo propício para a manifestação da tecnodiversidade, no qual diversas culturas e comunidades têm a oportunidade de colaborar na criação de um ambiente digital mais múltiplo e abrangente.

METODOLOGIA

Compreendendo que as reflexões apresentadas neste artigo visam explorar os potenciais utópicos do PL 2630/2020 para a comunicação digital brasileira, o estudo atual recorre à Análise de Conteúdo para buscar elementos que contribuam para estabelecer uma sequência lógica de análise.

Segundo Fonseca Júnior (2006), a Análise de Conteúdo é notável por suas fases distintas; assim, após a formulação das perguntas e dos objetivos, torna-se necessário identificar o corpus da pesquisa. Este é definido como o conjunto de documentos e conteúdos que serão submetidos à observação.

Na análise de conteúdo, a inferência é considerada uma operação lógica destinada a extrair conhecimento sobre os aspectos latentes da mensagem analisada. Assim como um arqueólogo ou o detetive trabalham com vestígios, o analista trabalha com índices cuidadosamente postos em evidência, tirando partido do tratamento das mensagens que manipula (Fonseca Júnior, 2006, p. 284).

Assim, a pesquisa avança de forma eficaz quando o corpus selecionado é submetido à codificação, com o objetivo de desvendar a mensagem que se pretende analisar. Para alcançar tal efetividade, é imprescindível o uso de uma técnica específica; nesse caso, optamos pela Análise Categorical, que permite uma exploração fundamentada em categorias.

Para definir essas categorias, ao levar em conta o objetivo de compreender as potenciais utopias incorporadas no PL 2630/2020, é crucial identificar os elementos que constituem uma utopia comunicacional. Segundo Serra (2006), a utopia da comunicação é vista como

um anseio dificilmente realizável, mas que almeja objetivos harmoniosos capazes de promover uma equidade comunicativa. Para isso, o autor estabelece três pilares essenciais para a materialização dessa dinâmica:

Consenso: esta categoria reconhece a importância de uma relação amplamente igualitária e livre entre os indivíduos, possibilitando que todos tenham oportunidades semelhantes de expressão, com o intuito de “alcançar uma solução aceita por todos, evitando, assim conflitos sociais autodestrutivos” (Serra, 2006, p. 3).

Transparência: para Serra (2006), é vital construir um conhecimento coletivo abrangente sobre as questões que influenciam as direções e decisões dos estados. A transparência deve ser não apenas amplamente divulgada, mas também efetivamente praticada.

Autorregulação: esta categoria, na visão do autor, atua como um mecanismo de controle da homeostase das relações sociais. Ou seja, busca identificar meios de antecipar potenciais desordens comunicacionais, mantendo, assim, um equilíbrio harmônico. Esses mecanismos são regulados e compreendidos pelo coletivo.

Após a elaboração das categorias analíticas - consenso, transparência e autorregulação -, torna-se essencial identificar e aplicar os conceitos teóricos centrais que delas emanam, bem como definir um conjunto de palavras-chave ou palavras centrais. Essa etapa visa estabelecer uma correlação objetiva entre o corpus documental estudado (o PL 2630/20 e seus anexos) e as categorias de análise. Essa correlação direta permite mensurar e entender como os três princípios utópicos se configuram como mecanismos que balizam a proposta, indicando se a Proposta de Lei se enquadra ou não nessa tentativa de regulação idealizada. O mapeamento dessas relações simbólicas é o que sustentará a argumentação sobre o alcance utópico do projeto.

Além da procura das palavras que compõem os títulos das categorias, a análise deve se expandir para termos percebidos, a partir da base bibliográfica de referência, como semanticamente correlatos às categorias. Palavras como garantia, respeito, responsabilidade, inclusão, democracia e participação atuam como símbolos linguísticos que ligam, ou não, artigos e propostas presentes na letra da lei às categorias analíticas. Essa busca aprofundada por unidades de registro e contexto permite que a Análise de Conteúdo vá além do superficial, revelando como os conceitos utópicos (consenso, transparência e autorregulação) se manifestam na prática legislativa.

Portanto, as categorias foram mobilizadas como instrumentos analíticos, com base nessa correlação, ao longo da leitura e da análise de todo o corpus, sendo pontuada a presença ou não de cada uma delas no texto da lei.

ANÁLISE E RESULTADOS: PL2630 E A UTOPIA DA COMUNICAÇÃO DIGITAL NO BRASIL

A Lei das Fake News é o nome popular atribuído ao PL 2630/2020, que atualmente (26 de fevereiro de 2024) está em tramitação no Congresso Nacional do Brasil, e tem como relator o Deputado Federal Orlando Silva (PCdoB de São Paulo). O projeto tramita em regime de urgência e está sujeito à apreciação do plenário.

O texto a ser analisado é a versão original, disponível no portal da Câmara dos Deputados, e compreende 14 páginas com 36 artigos no total. Ao longo desta análise, tentaremos decifrar se estão presentes as três categorias de análise no texto, percebendo assim suas proposições utópicas.

CONSENSO

Entendemos que, na visão de Serra (2006), o consenso seria essa construção coletiva que se transforma em decisão tomada de maneira racional e concreta. Possivelmente, esses já sejam os parâmetros pensados pelo próprio Congresso Nacional que se enquadram nas categorias. Tendo em vista que o Brasil, institucionalmente, é regido por um sistema de democracia representativa, é possível refletir que, pelos menos burocraticamente, as leis são feitas de maneira a tentar trazer todas as opiniões, já que os deputados representam, em tese, os interesses dos diversos setores da sociedade.

Porém, uma das questões que relacionadas ao consenso da utopia é a de tentar fugir dos elementos que, segundo Serra (2006), criam embates de autodestruição. Em uma junção tão plural, como a sociedade brasileira e, conseqüentemente, o Congresso Nacional, esses embates são esperados. As comissões e as sessões do plenário têm se tornado grandes palcos de disputas que transbordam para as redes sociais (o próprio PL tenta criar uma regulamentação para elas), e fazem, assim, um ciclo autofágico, não só da comunicação, mas também da discussão em torno do tema. Serra (2006) também fala que não será pleno esse alcance da comunicação utópica, pois ela é uma esfera contraditória

causadora simultaneamente de consensos e dissensos; então, o embate em torno da utopia é esperado pelo próprio autor.

É possível refletir sobre o consenso no projeto de lei nos elementos presentes no Artigo 3.

Art. 3º Esta Lei será pautada pelos seguintes princípios:

- I – liberdade de expressão e de imprensa;
- II - garantia dos direitos de personalidade, da dignidade, da honra e da privacidade do indivíduo;
- III - respeito ao usuário em sua livre formação de preferências políticas e de uma visão de mundo pessoal;
- IV - responsabilidade compartilhada pela preservação de uma esfera pública livre, plural, diversa e democrática;
- V - garantia da confiabilidade e da integridade dos sistemas informacionais;
- VI - promoção do acesso ao conhecimento na condução dos assuntos de interesse público;
- VII - acesso amplo e universal aos meios de comunicação e à informação;
- VIII - proteção dos consumidores;
- IX - transparência nas regras para veiculação de anúncios e conteúdos pagos (Brasil, 2020, p. 2).

Nesse artigo é possível perceber a reunião de todos os elementos que Serra (2006) entende como fundamentais para a construção de uma utopia da comunicação. Especialmente por ele ter esse caráter de promover de maneira igualitária e equânime os acessos aos espaços comunicativos, à liberdade de expressão e ao domínio amplo e universal aos meios de comunicação, e, como aborda inclusive o Artigo 4, estabelecer bases fortes para os processos democráticos.

Também é importante salientar que ele garante esses acessos aos indivíduos, e não necessariamente às instituições financeiras, aos conglomerados de mídia e/ou aos espaços convencionais de poder.

TRANSPARÊNCIA

No PL 2630, a transparência tem uma seção dedicada exclusivamente a ela. Do artigo 13 ao 17 são abordadas as noções de transparência numérica, tanto para usuários quanto para a moderação, além das normas relacionadas ao impulsionamento e questões publicitárias. Isso se assemelha muito ao que Serra (2006) comenta em seu texto, embora o autor discorra mais sobre o acesso à informação. No PL, o tópico da transparência

está voltado principalmente à necessidade de as plataformas manterem a comunicação de forma clara. Nessa questão, o dever de transparência, algo já exercido pelo poder público, agora também deve ser aplicado às plataformas, como mencionado no Artigo 13.

Art. 13. Os provedores de redes sociais devem produzir relatórios trimestrais de transparência, disponibilizados em seus sítios eletrônicos, em português, para informar os procedimentos e as decisões de tratamento de conteúdos gerados por terceiros no Brasil, bem como as medidas empregadas para o cumprimento desta Lei (Brasil, 2020, p. 6).

A seção também aborda a importância de tornar explícito o teor dos conteúdos, bem como de indicar quando há ações monetárias envolvidas em sua circulação - no caso, os chamados “impulsionamentos”.

Para Serra (2006), a transparência é fundamental para a utopia da comunicação. Porém, a natureza volátil e controversa das mídias permite a construção de intransparências.

Mas esta profusão, ao mesmo tempo que torna cada vez mais “transparente” o tema - abordado a partir das perspectivas mais diversas e nas suas múltiplas facetas -, torna-o também cada vez mais intransparente, cada vez mais difícil de definir, levando à conclusão final de que só “se sabe que nada se sabe” (Serra, 2006, p. 9).

Ao passo que tudo fica exposto, o amontoado de informações também pode ser elemento de uma entropia de informações que pode ou não confundir. Além disso, o projeto de lei, entre os artigos 26 e 26, também propõe a construção de um conselho de transparência (com 21 conselheiros, com mandato de dois anos) que deve criar modos de conduta, parâmetros, termos de uso etc.

AUTORREGULAÇÃO

Assim como a transparência, a autorregulação tem uma seção destinada a ela no PL 2630, contendo o artigo de número 30. Para Serra (2006), a autorregulação constitui a criação desses mecanismos de controle que previnem as ações que desregulem o consenso. Sobre isso, no PL consta:

Art. 30. Os provedores de redes sociais e de serviços de mensageria privada poderão criar instituição de autorregulação voltada à transparência e à responsabilidade no uso da internet, com as seguintes atribuições:

I - criar e administrar plataforma digital voltada à transparência e à responsabilidade no uso da internet, que contenha regras e procedimentos para decidir sobre a adoção de medida informativa, atendendo ao disposto nesta Lei;

- II - assegurar a independência e a especialidade de seus analistas;
- III - disponibilizar serviço eficiente de atendimento e encaminhamento de reclamações;
- IV - estabelecer requisitos claros, objetivos e acessíveis para a participação dos provedores de redes sociais e serviços de mensageria privada;
- V - incluir em seu quadro uma ouvidoria independente com a finalidade de receber críticas e avaliar as atividades da instituição;
- VI - desenvolver, em articulação com as empresas de telefonia móvel, boas práticas para suspensão das contas de usuários cuja autenticidade for questionada ou cuja inautenticidade for estabelecida (Brasil, 2020, p.12).

Nesse caso, a autorregulação é atribuída às próprias empresas de comunicação e tecnologia. No entanto, conforme sugerido pelo próprio nome da seção, esta deve ser uma “autorregulação regulada” pelo poder público, estabelecendo parâmetros. Além disso, o projeto de lei prevê outros elementos que se assemelham ao que Serra (2006) entende como autorregulação. Entre os artigos 18 e 24, o próprio poder regulatório (o Estado) estabelece normas de conduta para as empresas. Já o Artigo 31 que versa sobre as sanções regulatórias. Todos esses processos demonstram mecanismos para construir elementos capazes de prever ações disruptivas e de violar as normas e noções estabelecidas no consenso, a primeira categoria basilar da utopia.

Porém, assim como todas as categorias previstas anteriormente, a autorregulação apresenta suas contradições. Se na utopia é prevista a própria força e presença das diversas formas de ser e estar, e se deve proporcionar transparência e acesso aos meios de comunicação, segundo Serra (2006, p. 10), aí reside uma dificuldade em construir algum tipo de regulação:

Esta “diferenciação funcional” torna vã a utopia de uma sociedade que se regula a si própria, que se “auto-planifica” de forma mais ou menos “racional” e “consciente” [...] Em primeiro lugar, a “diferenciação funcional” faz com que a sociedade moderna seja uma sociedade que “não dispõe de nenhum órgão central”, uma sociedade “sem vértice nem centro” - o que significa que não há nela nenhum sistema, nomeadamente o político, que possa regular e panificar o conjunto de todos os sistemas sociais, de que cada um se encontra dotado de uma dinâmica própria, derivada da sua própria autopoiesis e autoreferencialidade (Serra, 2006).

Essa contradição está presente também no próprio projeto de lei, cuja busca é a de preservar a esfera pública de maneira plural e diversa. Ou seja, os mecanismos para construir uma utopia têm em sua estrutura elementos que, em maior ou menor grau, podem contribuir para uma dificuldade na implementação de outros elementos da utopia.

Além disso, o PL é um instrumento inserido em um país que conserva elementos dos desejos da esfera burguesa. Entendendo como esses atores sociais têm poder simbólico e econômico, a garantia da implementação desses elementos também é difícil. Porém, a tentativa de estabelecer essa dimensão é necessária. À medida que as tecnologias ganham cada vez mais espaço, as questões culturais, sociais, políticas e até mesmo burocráticas se constituem em escala global, envolvendo, assim, outros elementos externos. Como se autorregular sem ferir a soberania de outro continente? As respostas para a questão se complexificam à medida que, aparentemente, cada país e/ou grupo social tem sua visão particular de utopia.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Observando todo o cenário que o PL 2630/20 busca construir em prol de uma governança e autonomia digital nacional, as perspectivas apresentadas por Serra (2006) tornam-se cruciais para mapear os mecanismos e dinâmicas envolvidos nesse processo. Esta pesquisa, portanto, adota como base as categorias criadas pelo autor, sendo elas: Consenso, que se refere às disputas em torno de um acordo unitário capaz de estabelecer parâmetros normativos - no caso, os relacionados ao PL 2630/20; Transparência, fundamental nos processos de governança no Brasil e um princípio que deve ser seguido pelas empresas inseridas no ordenamento jurídico e econômico nacional; e, por fim, Autorregulação, que, apesar de envolver procedimentos internos das plataformas digitais, deve estar alinhada às leis brasileiras e às normas democraticamente estabelecidas no território. Essas categorias são centrais para compreender e analisar os impactos e as implicações da proposta legislativa.

Apesar de esse cenário pretender ser utópico, o mundo se complexifica à medida que as tecnologias se tornam cada vez mais presentes na vida das pessoas. E se a utopia é o objetivo a ser alcançado, ao se considerar todo o cenário exposto, talvez o atual cenário seja a utopia da comunicação para as *Big Techs*. Não é estranho, porém, que o sonho capitalista utópico de meados do século XX tenha sido depositado nesses avanços tecnológicos. No entanto, o que foi (falsamente) prometido era essa evolução também trazer direitos e acesso a melhores condições de vida para a sociedade, algo que a tecnologia não proporcionou. Pelo contrário, criou espaços de disputa ainda mais beligerantes e acirrados.

Torna-se necessário criar maneiras de construir uma utopia que não seja do capital privado, mas capaz de ser, pelo menos minimamente, vivenciada pelas massas. A criação do PL 2630 se mostra como uma iniciativa em resposta a essas relações no digital. A liberdade que

dizem existir hoje no digital não pode ter privilégios sobre os discursos offline. Se tudo em um país é regulado, do consumo de alimentos ao transporte, com a comunicação digital não pode ser diferente. Porém, a regulação se constituir como uma utopia é, com o perdão do trocadilho, um sonho. Nada impede que o PL 2630 tenha proposições utópicas que possam, pelo menos, melhorar questões pragmáticas do dia a dia. Dentro dos parâmetros pensados por Serra (2006) - consenso, transparência e autorregulação -, o projeto de lei se coloca como uma utopia da comunicação. No entanto, para que esta utopia se materialize como tal, é preciso observar sua aplicação fora do campo das ideias, mirar em um cenário ideal para alcançar, mesmo que parcialmente, os objetivos (especialmente, entendendo a dinâmica e o contexto político do legislativo nacional).

O cenário atual pode até se constituir como uma utopia para as próprias plataformas, pois elas, de alguma forma, exercem seu consenso - mesmo que de modo mandatário -, criam seus próprios entendimentos de transparência e se autorregulam com base em seus termos de uso. No entanto, não podem ser imunes à legislação já vigente, à qual as pessoas e outras empresas, sejam de comunicação ou não, já precisam obedecer. Não há total certeza de como as plataformas priorizam os conteúdos em seus espaços, e, considerando o mecanismo de crescimento dos algoritmos, é necessário que existam marcos regulatórios para garantir o mínimo de harmonia coletiva na busca por um consenso mais plural.

O PL 2630 pode não ser uma utopia para a comunicação, mas deve ser considerado uma espécie de pílula utópica, ou melhor, uma pílula antidistópica capaz de amenizar os efeitos das disputas sociais e até mesmo de crimes cada vez mais acirrados e aprofundados pelo digital, ao auxiliar na preservação do bem comum, da soberania nacional e do Estado Democrático de Direito.

REFERÊNCIAS

BERARDI, Franco. **Depois do Futuro**. São Paulo: Ubu Editora, 2019.

BRASIL. **Projeto de Lei Nº 2630, de 2020**. Institui a Lei Brasileira de Liberdade, Responsabilidade e Transparência na Internet. Brasília, DF: Câmara dos Deputados. Disponível em: https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/prop_mostrarintegra?codteor=1909983. Acesso em: 24 jun. 2023.

EMPOLI, Giuliano da. **Os engenheiros do caos**: Como as fake news, as teorias da conspiração e os algoritmos estão sendo utilizados para disseminar ódio, medo e influenciar eleições. São Paulo: Editora Vestígio, 2019.

FIGARO, Roseli; SILVA, Ana Flávia Marques da. A comunicação como trabalho no capitalismo de plataforma: o caso das mudanças no jornalismo. *In: Contracampo*, v. 39, n. 1, p. 101-115, 2020.

FIGUEIREDO, Carolina Dantas de. Comunicação como utopia? Uma análise crítica da utopia da Comunicação. *Líbero*. São Paulo - v. 15, n. 29, p. 145-150, jun. de 2012. Disponível em: <https://seer.casferlibero.edu.br/index.php/libero/article/view/315>. Acesso em: 20 jun. 2023.

FONSECA JÚNIOR, Wilson Corrêa. Análise de conteúdo. *In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio. Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação*. São Paulo: Atlas, 2006. p. 192-285.

FRIAS, Eliana Sanches de. Inteligencia artificial, desinformación y populismo digital: cómo las plataformas digitales impulsan los movimientos de extrema derecha. *Razón y Palabra*, v. 25, n. 112, p. 12-31, 2022.

GROHMANN, Rafael. Financiarización, mediatización y datificación como síntesis sociales. *In: Mediaciones de la Comunicación*, v. 14, n. 2, p. 97-117, 2019.

GROHMANN, Rafael. A comunicação na circulação do capital em contexto de plataformização. *Liinc em Revista*, v. 16, n. 1, e5145, 2020.

HUI, Yuk. *Tecnodiversidade*. São Paulo: Ubu Editora, 2020.

KLEINA, Nilton Cesar Monastier; SAMPAIO, Rafael Cardoso. “Não sou eu quem está falando”: a retórica de autoridade em vlogs da direita brasileira no YouTube sobre a vacina contra a covid-19. *Revista Eco-Pós*, v. 24, n. 2, p. 175-200, 2021.

MOROZOV, Evgeny. *Big Tech: a ascensão dos dados e a morte da política*. São Paulo: Ubu Editora, 2018.

SERRA, Paulo. *Comunicação e utopia*. Lisboa: Universidade da Beira Interior, 2006.

NOTAS

1 Este trabalho tem o financiamento e apoio da Fundação de Amparo à Ciência e Tecnologia do Estado de Pernambuco (FACEPE).

2 Disponível em: <https://www.gov.br/casacivil/pt-br/assuntos/noticias/2022/setembro/90-dos-lares-brasileiros-ja-tem-acesso-a-internet-no-brasil-aponta-pesquisa#:~:text=Conectividade-,90%25%20dos%20lares%20brasileiros%20j%C3%A1%20tem%20acesso,internet%20no%20Brasil%2C%20aponta%20pesquisa&text=Em%202021%2C>. Acesso em: 6 fev. 2026.

3 Disponível em: <https://forbes.com.br/forbes-tech/2023/03/brasil-e-o-terceiro-pais-que-mais-consome-redes-sociais-em-todo-o-mundo/#:~:text=Levantamento%20da%20Comscore%20mostra%20que,131%2C5%20milh%C3%B5es%20de%20pessoas&text=O%20Brasil%20%C3%A9%20o%20terceiro,de%20um%20levantamento%20da%20Comscore>. Acesso em: 05 mar. 2024.

SOBRE OS AUTORES

Antonio Hélio da Cunha Filho Doutorando no Programa de Pós-graduação em Comunicação (PPGCOM) da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE); mestre pelo programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia (PPgEM) da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN); graduado em Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo pela Universidade do Estado do Rio Grande do Norte (UERN), especialista em Assessoria e Gestão de Comunicação pela Faculdade Católica do Rio Grande do Norte (FCRN); graduando em Pedagogia pela Universidade do Estado do Rio Grande do Norte (UERN). Integrante do Estopim - Laboratório de Tecnopolítica, Comunicação e Subjetividade. E-mail: heliofilho2@hotmail.com

Carolina Dantas de Figueiredo Docente do Departamento de Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco. Doutora em Comunicação Social pela Universidade Federal de Pernambuco. Mestre em Sociologia pela Universidade Federal de Pernambuco. Possui graduação em Jornalismo pela Universidade Federal de Pernambuco e graduação em Administração de Empresas pela Universidade de Pernambuco. E-mail: carolina.figueiredo@ufpe.br

Artigo recebido em: 07 de janeiro de 2025.

Artigo aceito em: 21 de novembro de 2025.