
CURADORES DIGITAIS: AS REDES SOCIAIS E A PROPAGAÇÃO DE *FAKE* *NEWS*

*DIGITAL CURATORS: SOCIAL MEDIAS AND THE SPREAD OF
FAKE NEWS*

Julia Namie Maia Pinto Ishihara¹

SUMÁRIO: Introdução. 1. Atual legislação brasileira, europeia e estadunidense e a (ir)responsabilização dos provedores de aplicação de internet pelo conteúdo nelas propagado. 2. A jurisprudência e a aplicação do Marco Civil da Internet na análise das *fake news*. 3. As diversas posições doutrinárias no embate entre a liberdade de expressão e a moderação de conteúdo. 4. A curadoria de conteúdo nos mercados de atenção: o papel das redes sociais na propagação de *fake news*. 5. Tentativas de alteração da lei brasileira e projetos legislativos em curso: uma possível evolução na compreensão das redes sociais como curadores de conteúdo? Conclusão. Referências.

¹ Especialista em Direito Público pela Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais (PUC Minas). Bacharel em Direito pela Faculdade de Direito da Universidade de Brasília (UnB). Advogada da União.

RESUMO: Diante da inefetividade do panorama regulatório vigente para endereçar o problema das *fake news*, surge o seguinte questionamento: as redes sociais também devem responder pela forma de propagação de conteúdo falso? Para responder a esse questionamento, faz-se uma breve análise legislativa, jurisprudencial e doutrinária sobre o tema. Conclui-se que o debate tem se centrado na moderação de conteúdo, isto é, no processo de retirada da plataforma, pouco se discutindo sobre a forma de propagação. Sustenta-se que, para combater o problema das *fake news* de forma efetiva, é necessário compreender as redes sociais não como meros “mensageiros” da comunicação entre terceiros, mas sim como verdadeiros curadores de conteúdo inseridos na lógica econômica dos mercados de atenção.

PALAVRAS-CHAVE: *Fake news*. Curadoria. Propagação. Redes sociais. Moderação. Regulação.

ABSTRACT: Given the ineffectiveness of the current regulatory framework to address the problem of fake news, the following question arises: should social networks also be responsible for the way in which false content is propagated? To answer this question, this article makes a brief legislative, jurisprudential and doctrinal analysis of the subject. It is concluded that the debate has focused on content moderation, that is, the process of removal from the platform, with little discussion about the form of propagation. It is argued that, to address the problem of fake news effectively, it is necessary to understand social networks not as mere “messengers” of communication between third parties, but rather as true curators of content inserted in the economic logic of attention markets.

KEYWORDS: Fake news. Curation. Propagation. Social networks. Moderation. Regulation.

INTRODUÇÃO

A disseminação de *fake news* vem causando inúmeros danos morais, materiais e sociais. Além de prejuízos na esfera civil, a propagação generalizada de conteúdos inverídicos tem comprometido a própria credibilidade das instituições públicas e privadas, do processo eleitoral, do sistema democrático e até do papel da vacinação no combate a doenças. Em 2018, o escândalo da Cambridge Analytica expôs como a análise de dados de redes sociais e a divulgação de notícias falsas podem ter influenciado as eleições de 2016 nos Estados Unidos e a votação da saída do Reino Unido da União Europeia (“*Brexit*”) em 2015 (Fornasier; Beck, 2020, p. 182-195). Além disso, durante a pandemia de COVID-19, a desinformação causada por notícias falsas colaborou para desestimular a adesão de parcelas da população brasileira às campanhas de isolamento social e de vacinação (Galhardi *et al.*, 2022, p. 1849-1858). Em 2022, no Brasil, o sistema eleitoral sofreu com diversas alegações infundadas sobre o Poder Judiciário e a segurança das urnas eletrônicas (Brasil, TSE, 2022), que culminaram na invasão das sedes dos três Poderes em Brasília em 8 de janeiro de 2023.

O cenário atual demonstra que não é suficiente responsabilizar apenas o autor da *fake news*, que muitas vezes sequer é identificável. Isso se deve à utilização desenfreada de *bots* e de perfis falsos, à dificuldade de rastrear o criador original da postagem viralizada ou à impossibilidade de obter dados que o permitam identificar civilmente, já que o Marco Civil da Internet obriga que o provedor da aplicação apenas registre o endereço de IP do usuário.

Por outro lado, o Superior Tribunal de Justiça (STJ) entende que a rede social não é obrigada a fornecer os dados de todos os usuários que compartilharam postagem contendo *fake news*, uma vez que deve prevalecer o direito à privacidade (Brasil, 2021, REsp 1.859.665/SC). Ademais, ainda que fosse possível a identificação das diversas pessoas que compartilharam o conteúdo, tal medida sequer seria efetiva. O enquadramento da conduta como ilícito, diante da responsabilidade subjetiva, necessariamente deve perpassar pela análise de culpa ou dolo, isto é, da intenção do compartilhamento, cuja prova, já dificultosa individualmente, em relação a possivelmente milhares ou até milhões de pessoas, beira ao impossível.

Já as plataformas digitais, conforme a redação atual do Marco Civil da Internet, sequer possuem uma obrigação legal de monitorar ou moderar o conteúdo que nelas circula, somente podendo ser responsabilizadas civilmente se, após ordem judicial específica, não tomarem as providências para, no âmbito e nos limites técnicos do seu serviço e dentro do prazo assinalado, tornar indisponível o conteúdo apontado como infringente (Brasil, 2014).

Assim, diante da inefetividade do panorama regulatório vigente para endereçar o problema das *fake news*, surge o seguinte questionamento: as redes sociais também devem responder pela forma de propagação de conteúdo falso?

Para endereçar a questão levantada, inicialmente, foi feita uma breve revisão comparativa da atual legislação brasileira com a europeia e a estadunidense acerca da responsabilidade dos provedores de aplicação de internet nessas situações. Em sequência, foi realizada uma análise da jurisprudência brasileira em relação ao Marco Civil da Internet, bem como uma revisão bibliográfica do tratamento dado pela literatura para a questão, em especial, a preocupação em relação à censura. Concluiu-se que o debate se centrou por muito tempo na proteção à liberdade de expressão e na moderação de conteúdo, isto é, no processo de sua retirada da plataforma, pouco se discutindo sobre a responsabilidade pela forma de propagação.

Verificou-se, assim, que é necessária a análise do funcionamento das redes sociais como mercados de atenção e dos incentivos econômicos existentes em seu modelo de negócios para a propagação de *fake news*. Mais do que meros “mensageiros”, os provedores de aplicação de internet realizam a curadoria do conteúdo que nelas é veiculado, selecionando aquilo que será ou não exibido para cada usuário, personalizando, impulsionando, determinando o alcance e sugerindo conteúdo. As plataformas digitais exercem um papel crucial na propagação de postagens danosas e, por conseguinte, na formação da opinião pública. Sustenta-se, dessa forma, a necessidade de se compreender as redes sociais como curadores de conteúdo, com enfoque na propagação, a fim de que o problema social das *fake news* possa ser combatido de forma efetiva.

Por fim, analisou-se as recentes tentativas de alteração da legislação brasileira, desde a que não logrou êxito em alterar o Marco Civil da Internet em 2021, a Medida Provisória n. 1.068/2021, até a que inovou no âmbito eleitoral em 2024, a Resolução TSE n. 23.732/2024. Destaca-se o Projeto Legislativo n. 2630/2020, atualmente em trâmite no Congresso Nacional, que indica uma possível mudança no cenário regulatório, aproximando-se da visão das redes sociais como curadores de conteúdo.

1. ATUAL LEGISLAÇÃO BRASILEIRA, EUROPEIA E ESTADUNIDENSE E A (IR)RESPONSABILIZAÇÃO DOS PROVEDORES DE APLICAÇÃO DE INTERNET PELO CONTEÚDO NELAS PROPAGADO

A Lei n. 12.965/2014, conhecida como Marco Civil da Internet, isenta os provedores de aplicação de internet de responsabilidade civil pelo conteúdo gerado por terceiros. O diploma normativo, ainda, prevê que as plataformas

só podem ser responsabilizadas se, após ordem judicial específica, não tomarem as medidas para tornar indisponível o conteúdo ilícito indicado:

Art. 18. O provedor de conexão à internet não será responsabilizado civilmente por danos decorrentes de conteúdo gerado por terceiros.

Art. 19. Com o intuito de assegurar a liberdade de expressão e impedir a censura, o provedor de aplicações de internet somente poderá ser responsabilizado civilmente por danos decorrentes de conteúdo gerado por terceiros se, após ordem judicial específica, não tomar as providências para, no âmbito e nos limites técnicos do seu serviço e dentro do prazo assinalado, tornar indisponível o conteúdo apontado como infringente, ressalvadas as disposições legais em contrário.

§ 1º A ordem judicial de que trata o caput deverá conter, sob pena de nulidade, identificação clara e específica do conteúdo apontado como infringente, que permita a localização inequívoca do material (Brasil, 2014).

A regra adotada pelo ordenamento brasileiro é a de reserva de jurisdição, atribuindo ao Poder Judiciário o ônus de realizar a moderação de conteúdo e ordenar ao provedor de aplicação a sua remoção. A exceção é em relação a conteúdos que contenham atos sexuais e que tenham sido divulgados sem o consentimento de seus participantes, caso em que a plataforma pode ser responsabilizada subsidiariamente pela violação à intimidade se não indisponibilizar o conteúdo de forma diligente após notificação, independentemente de ordem judicial, nos termos do art. 21 do Marco Civil da Internet.

A constitucionalidade do artigo 19 transcrito anteriormente, isto é, da necessidade de prévia e específica ordem judicial de exclusão de conteúdo para a responsabilização civil de *websites*, foi questionada e a repercussão geral do tema já foi reconhecida pelo Supremo Tribunal Federal (STF), embora ainda se aguarde o pronunciamento sobre o mérito (Brasil, Tema 987). Ademais, outro tema com repercussão geral reconhecida que espera decisão do STF é o dever de empresa hospedeira de sítio na internet fiscalizar o conteúdo publicado e de retirá-lo do ar quando considerado ofensivo, sem intervenção do Judiciário (Brasil, Tema 533).

Não obstante, até que o STF se pronuncie sobre os temas anteriores, a legislação brasileira, atualmente, não prevê qualquer obrigação de que os provedores de internet fiscalizem conteúdos ilícitos, danosos ou falsos, ou sequer que devam realizar algum tipo de moderação. Pelo contrário, coloca todo o ônus nos usuários e no Poder Judiciário, uma vez que as plataformas, além de não precisarem moderar ou monitorar, só são obrigadas a retirar conteúdos especificamente indicados após ordem judicial. Além disso, não

há qualquer previsão sobre a responsabilidade dos provedores pela forma de propagação.

A exposição de motivos do projeto de lei que originou o Marco Civil da Internet indica que a opção legislativa pela não responsabilização das plataformas pelo conteúdo gerado por terceiros teve como objetivo a preservação da liberdade de expressão:

As opções adotadas privilegiam a responsabilização subjetiva, como forma de preservar as conquistas para a liberdade de expressão decorrentes da chamada Web 2.0, que se caracteriza pela ampla liberdade de produção de conteúdo pelos próprios usuários, sem a necessidade de aprovação prévia pelos intermediários. A norma mira os usos legítimos, protegendo a privacidade dos usuários e a liberdade de expressão, adotando como pressuposto o princípio da presunção de inocência, tratando os abusos como eventos excepcionais (Brasil, 2011).

É interessante notar, de início, que a norma parte da premissa de que os abusos seriam “eventos excepcionais”, o que, diante da atual epidemia de *fake news*, infelizmente está ultrapassado. De todo modo, a opção legislativa é embasada em uma preocupação frequentemente levantada pelas redes sociais dos possíveis impactos que o modelo de responsabilidade adotado possa ter na liberdade de expressão.

Nesse sentido, em 2019, o Facebook propôs para a União Europeia um modelo de regulamentação de conteúdo online em que pedia a responsabilização pelos padrões e sistemas adotados para o combate do material ilegal, ou seja, pela política de moderação de conteúdo, e não pelo conteúdo veiculado em si. Em resumo, a gigante da internet sustentou que a regulação deveria ser global, em vez de nacional, e que as empresas não deveriam sofrer nenhum tipo de responsabilização pelo conteúdo veiculado em suas plataformas ou a liberdade de expressão seria limitada. Não obstante, a União Europeia declinou a ideia, ressaltando que o processo seria lento demais, que se assumiu pouca responsabilidade e que a regulamentação seria insuficiente (Espinoza; Fleming, 2020).

Em 2022, o Parlamento Europeu aprovou o Ato de Serviços Digitais que regulamenta serviços de internet e cria novas obrigações de monitoramento e remoção de conteúdo ilegal (Satariano, 2022). Embora a nova legislação traga alguns mecanismos de transparência interessantes, como a obrigação de divulgar como o algoritmo amplifica conteúdos polêmicos e de oferecer aos usuários a opção de desligar algoritmos de recomendação que usem seus dados pessoais para personalizar o conteúdo sugerido, não foi prevista qualquer responsabilização dos provedores de aplicação de internet pelo conteúdo neles

veiculado. A lei foca na moderação de conteúdo e nos procedimentos a ela relacionados, incluindo a possibilidade de revisão das decisões de retirada de conteúdo, além da obrigação de que grandes plataformas devem tomar ações preventivas para mitigar riscos e se submeter a auditorias independentes. Contudo, fora algumas medidas de transparência, não há qualquer medida específica endereçando a propagação, isto é, a curadoria que as redes sociais exercem sobre esse conteúdo produzido por terceiros.

A nova lei europeia, assim, de forma similar à brasileira, isenta as redes sociais de responsabilidade pelas *fake news* nelas veiculadas. Ambos os diplomas, ademais, focam no conteúdo e não contêm previsões específicas sobre a responsabilidade pela propagação ou pela curadoria realizada. No Brasil, ainda, de forma distinta do que foi feito na União Europeia, sequer há previsão normativa que imponha a obrigação de fiscalização ou moderação de conteúdo ilícito aos provedores de aplicações de internet, que só estão obrigados a agir após provocação específica do Poder Judiciário.

Já nos Estados Unidos, Burri pontua que não houve grandes projetos regulatórios para endereçar a difusão de desinformação online e que os desenvolvimentos mais recentes têm sido a autorregulação com as próprias plataformas projetando medidas. A autora destaca que o país tem uma forma específica de proteção à liberdade de expressão, que recebe um alto valor constitucional (Burri, 2022, p. 8). É interessante notar, ainda, que a legislação estadunidense, de forma muito similar à brasileira, garante imunidade aos provedores de aplicações de internet quanto ao conteúdo publicado por terceiros. Diferentemente, contudo, a lei norte-americana expressamente permite que as plataformas bloqueiem ou retirem conteúdos que elas considerem censuráveis.²

2. A JURISPRUDÊNCIA E A APLICAÇÃO DO MARCO CIVIL DA INTERNET NA ANÁLISE DAS *FAKE NEWS*

A jurisprudência do STJ, em linha com o que dispõe o Marco Civil da Internet, tem entendido que os provedores de aplicações de internet só respondem subjetivamente, de forma solidária, em caso de

2 “In the context of online platforms, US law grants an almost perfect safe harbour from liability through Section 230(c)(1) of the Communications Decency Act (CDA), which states that: ‘No provider or user of an interactive computer service shall be treated as the publisher or speaker of any information provided by another information content provider’. Section 230 grants important substantive and procedural advantages that only enhance the safeguards of the First Amendment. These famous ‘twenty-six words that created the Internet’ have been critical in the evolution of online platforms, as well as in their positioning as ‘new governors’ of the online media space. Especially important in the latter context is the possibility that Section 230 enables the intermediary to make a decision in good faith to block or remove content that the intermediary considers ‘to be obscene, lewd, lascivious, filthy, excessively violent, harassing, or otherwise objectionable, whether or not such material is constitutionally protected’. [...] Section 230 has not been left without criticism, though, and there have been a number of attempts to constrain its broadly defined immunity, especially in consideration of the changed media environment and the critical role of platforms in it” (Burri, 2022, p. 10).

demora injustificada após a notificação judicial para retirada de material especificamente indicado:

2. A responsabilidade dos provedores de conteúdo de internet em geral depende da existência ou não do controle editorial do material disponibilizado na rede. Não havendo esse controle, a responsabilização somente é devida se, após notificação judicial para a retirada do material, mantiver-se inerte. Se houver o controle, o provedor de conteúdo torna-se responsável pelo material publicado independentemente de notificação. Precedentes do STJ. [...]

4. A jurisprudência do STJ, em harmonia com o art. 19, § 1º, da Lei no 12.965/2014 (Marco Civil da Internet), entende necessária a notificação judicial ao provedor de conteúdo ou de hospedagem para retirada de material apontado como infringente, com a indicação clara e específica da URL - Universal Resource Locator (Brasil, 2016, REsp 1.568.935/RJ).

É interessante, ainda, verificar que o precedente anterior admite a responsabilização dos provedores de conteúdo de internet, independentemente de notificação judicial, caso esses realizem controle editorial do material disponibilizado na rede. No entanto, o STJ entende que as redes sociais não realizam tal controle no material nelas hospedado e, por conseguinte, aplica aos casos o art. 19 do Marco Civil da Internet, isentando-as de responsabilidade.

Assim, embora o STJ reconheça que o Facebook e outras redes sociais são provedores de conteúdo, entende que não é exercida nenhuma forma de editoração ou de controle prévio das informações inseridas pelos usuários (Brasil, 2017, REsp 1.641.155/SP). Tal análise, contudo, foca no conteúdo postado, não havendo qualquer menção específica nos julgados acerca da curadoria exercida pelo provedor na propagação e na exibição para cada usuário.

O STJ, ainda, conforme o § 1º do art. 19 do Marco Civil da Internet, entende ser imprescindível a notificação judicial indicando o conteúdo específico a ser retirado e a posterior demora injustificada para a responsabilização das plataformas. É necessária também a indicação clara e específica da URL (*Uniform Resource Locator*) da postagem que deve ser retirada, o que dificulta ainda mais a indisponibilização definitiva e efetiva de um conteúdo danoso, que muitas vezes se multiplica para diversos links distintos.

Por outro lado, para fatos anteriores à publicação da lei, basta a ciência inequívoca do conteúdo ofensivo pelo provedor, independentemente do

Poder Judiciário, sem sua retirada em prazo razoável, para que este se torne responsável (Brasil, 2019, AgInt no REsp 1591179/CE).

Além disso, a Corte também se posicionou pela não aplicação da responsabilidade objetiva prevista no art. 927 do Código Civil às redes sociais, uma vez que o dano pelo conteúdo nelas inserido por usuários não seria um risco inerente à atividade econômica desenvolvida (Brasil, 2020, AREsp 685.720/SP).

Quanto aos demais usuários que não são autores do conteúdo falso, o STJ tem entendimento, no âmbito criminal, de que o mero compartilhamento de postagem de internet, sem o animus de cometer o ilícito, não é suficiente para indicar a ocorrência de delito (Brasil, 2016, RHC n. 75.125/PB). Em 2021, o STJ também decidiu que é vedado aos provedores de aplicações de internet fornecer dados de forma indiscriminada dos usuários que tenham compartilhado determinada postagem, em pedido genérico e coletivo, sem a especificação mínima de uma conduta ilícita realizada (Brasil, 2021, REsp 1.859.665/SC).

Além disso, como também já exposto anteriormente, dois temas com repercussão geral já reconhecida aguardam decisão do STF: um sobre a constitucionalidade da necessidade de ordem judicial prévia e específica de exclusão do conteúdo para responsabilização civil de sites (Brasil, Tema com Repercussão Geral 987), e o segundo sobre o dever dos provedores de fiscalizar o conteúdo publicado e de retirá-lo do ar quando considerado ofensivo sem a intervenção do Judiciário (Brasil, Tema com Repercussão Geral 533). Dessa forma, a depender da decisão tomada pelo STF nesses casos, é possível que a jurisprudência do STJ se altere posteriormente.

Cumprе ressaltar, ainda, que o próprio Poder Judiciário tem sido vítima da difusão generalizada de notícias falsas que levaram, inclusive, à abertura do Inquérito n. 4781 no STF, conhecido como “Inquérito das *Fake News*”. Em 20 de abril de 2022, o deputado federal Daniel da Silveira foi condenado a oito anos e nove meses de prisão pelos crimes de coação no curso do processo (artigo 344 do Código Penal) e tentativa de impedir o livre exercício dos poderes da União (artigo 23 da Lei de Segurança Nacional – Lei n. 7.170/1973) (Brasil, 2022, Ação Penal 1044). O parlamentar postou vídeos nas redes sociais que incitavam ataques aos ministros do STF, o qual entendeu que o discurso antidemocrático não estaria protegido pela liberdade de expressão e nem pela imunidade parlamentar.

Dessa forma, em consonância com o Marco Civil da Internet, verifica-se que a jurisprudência tem responsabilizado apenas os autores das *fake news*, entendendo que as redes sociais em que foram veiculados tais conteúdos só se tornam responsáveis caso não retirem a postagem indicada após ordem judicial específica. Ademais, apesar de não haver previsão legal específica

quanto aos usuários que meramente compartilham o conteúdo ilícito, os tribunais aplicam a responsabilidade subjetiva, exigindo a análise da intenção do compartilhamento e vedando a quebra de sigilo dos dados de forma indiscriminada dos que meramente compartilharam a *fake news*.

Não foram localizados julgados que discutam a responsabilidade das redes sociais pela curadoria do conteúdo ilícito, isto é, sobre a atividade do algoritmo que arranja o alcance das publicações em relação a cada usuário e sugere conteúdo, propagando-o. Embora o STJ já tenha se manifestado pela possibilidade de responsabilização de provedores de internet caso realizassem controle editorial, os Ministros entendem que as redes sociais não exercem editoração nas informações que os usuários publicam. Verifica-se, assim, que o Poder Judiciário, tal como o Marco Civil da Internet, aborda a questão somente sob o ponto de vista da autoria e da integridade do conteúdo publicado, não tendo a discussão evoluído para a forma de propagação das *fake news*.

3. AS DIVERSAS POSIÇÕES DOUTRINÁRIAS NO EMBATE ENTRE A LIBERDADE DE EXPRESSÃO E A MODERAÇÃO DE CONTEÚDO

Como já visto ao longo deste artigo, a opção legal brasileira pela isenção de responsabilidade concedida aos provedores de conteúdo na internet foi motivada pela proteção à ampla liberdade de expressão e produção de conteúdo pelos usuários. Nesse mesmo sentido, segue a jurisprudência pátria, que tem dado uma interpretação literal ao Marco Civil da Internet.

A mesma preocupação com a liberdade de expressão no meio digital é expressa pela doutrina, que tem procurado formas de regular o meio digital e endereçar o problema social das *fake news* sem incorrer em censura. Nesse contexto, alguns autores chegam à conclusão de que a emissão de declarações falsas não encontra guarida na liberdade de expressão (Dantas; Santos, 2021, p. 19)³ e que o pleno exercício dessa depende do acesso a informações fidedignas, as quais são necessárias ao conhecimento e ao pensamento livre (Toffoli, 2021). Alguns autores também ressaltam a importância da eficácia horizontal dos direitos fundamentais nas relações privadas na moderação de conteúdo exercida pelas plataformas digitais (Sarlet; Hartmann, 2019, p. 24), enquanto outros preocupam-se com as prerrogativas dadas às plataformas

3 “Entretanto, como se explicou, também as teorias interna e externa acerca do conteúdo e da restrição dos direitos fundamentais, desenvolvida por Alexy, funcionam como aparato teórico para realizar essa dissociação, pois ambas, ainda que por caminhos diversos, autorizam a conclusão de que a emissão de declarações falsas não encontra guarida na liberdade de expressão, seja porque o conteúdo deste direito não abarca essa possibilidade (teoria interna), seja porque há uma restrição, externa a essa liberdade, que retira essa possibilidade (teoria externa)” (Dantas; Santos, 2021, p. 19).

de definir o que vai ser retirado e o que vai ser mantido (Delmazo; Valente, 2018, p. 155–169).

Diante desse cenário complexo, vários autores tecem considerações sobre qual seria o modelo regulatório ideal para endereçar as plataformas online e a questão das *fake news*, postulando pela autorregulação regulada (Abboud, 2021; Borges Fortes; Baldissera, 2019, p. 374; Maranhão; Campos, 2021), correção ativa (Farinho, 2021), regulação baseada em princípios (Murray, 2019) e até por um novo modelo de ordem para o direito da sociedade digital com instituições que devem basear-se mais em normas sociais apoiadas juridicamente do que em novas provisões jurídicas (Ladeur, 2021).

Em contrapartida, há autores que defendem que o governo não deveria regular a moderação de conteúdo em redes sociais. Nesse sentido, Samples (2019) argumenta que ações governamentais dificilmente conseguiriam tutelar o interesse público ao qual se propõem e que a regulação só atingiria algum valor ao custo inaceitável de outros direitos e valores de expressão e liberdade individual. De forma similar, há também os que consideram que talvez seja melhor combater a desinformação com mais e melhores informações em vez de estratégias punitivas que carregam o risco de cerceamento da liberdade de expressão (Rais, 2021).

Em sentido contrário, outros autores defendem a autorregulação e a moderação de conteúdo como uma forma de proteção aos possíveis excessos. Wielsch (2021), por exemplo, propõe que a responsabilização da rede social pela moderação de conteúdo deve ser avaliada não pela retirada de conteúdos específicos, mas sim pelo seu processo eficaz e transparente de gestão de reclamações.⁴

Como aponta Laux (2019), há um certo consenso na doutrina de que o modelo de reserva de jurisdição não seria capaz de conferir uma tutela efetiva nos casos de viralização, isto é, quando determinado conteúdo é difundido maciçamente, e que atos abusivos praticados com o auxílio de ferramentas tecnológicas devem, por essa razão, ser combatidos também com um certo grau de automatização. O autor ainda traz uma interessante reflexão sobre os limites territoriais das jurisdições diante do fato de que as plataformas atuam em diversos países e que inovações como soluções híbridas de análise que coloquem a perspectiva de múltiplos atores em prática, como o Comitê de Supervisão do Facebook, podem modificar o cenário de inefetividade da tutela jurisdicional.

4 “Nesse ponto, o que deve ser decisivo não é a infração pontual do dever de remoção de conteúdos ilícitos, mas sim falhas sistêmicas na gestão de reclamações. A alegação de ilicitude refere-se, portanto, não a uma decisão do operador no caso concreto, mas sim à rotina de regulação de comunicação ilícita por ele praticada em seu campo de atuação” (Wielsch, 2021).

Por outro lado, há quem defenda a reserva de jurisdição adotada no Brasil e argumente que a retirada de conteúdo das redes sociais deve ser atribuída exclusivamente ao Poder Judiciário, muito embora se reconheça que este não possui os instrumentos necessários para combater *fake news* de forma eficiente.⁵

Giacchetta (2022), por sua vez, aponta que o Marco Civil da Internet não veda que os provedores de aplicações de internet atuem de forma legítima na verificação do conteúdo frente ao contrato celebrado com os usuários, ou seja, os termos de uso, independentemente de decisão judicial. O autor, contudo, defende a isenção legal de responsabilização dada às plataformas, sob o argumento do risco de censura, e sustenta que se deve evitar soluções drásticas que onerem demasiadamente as redes sociais.

O combate às *fake news*, assim, é um problema social complexo para o qual não há respostas fáceis e muito menos um consenso doutrinário. No entanto, verifica-se que também no meio acadêmico os debates sobre o controle de *fake news* têm focado, em sua maioria, na proteção à liberdade de expressão e na moderação do conteúdo, e não na sua propagação. Isso se explica pela própria natureza do problema. Como pontua Rais, a notícia falsa não é uma forma, mas sim um conteúdo: “(n)ão se descobre uma *fake news* por sua cor, ou por seu formato, mas sim pelo seu conteúdo, pela mensagem que ela emite” (Rais, 2021, p. 11).

Embora, de fato, a própria concepção do que é uma *fake news* dependa da análise do seu conteúdo, verifica-se que o cenário atual de sua difusão generalizada demonstra que os esforços existentes não têm sido suficientes para endereçar o problema. Sarlet e Siqueira (2020), nesse sentido, identificam a existência de lacunas de regulação (legislativa, administrativa, judiciária e autorregulação) da difusão de conteúdo falso, que constitui um claro risco ao processo eleitoral e, por conseguinte, ao Estado Democrático de Direito.

As ferramentas lançadas pelas redes sociais para combater *fake news* não estão disponíveis para todos os usuários, e não é claro como se dá o seu funcionamento (Delmazo; Valente, 2018, p. 161). Ademais, verifica-se que boa parte dos esforços das plataformas volta-se ao desenvolvimento de algoritmos para detectar contas falsas, criar orientações de identificação de *fake news* ou proporcionar meios para que os usuários denunciem uma publicação. No entanto, como pontua Balkin (2021), uma moderação de conteúdo efetiva causa um problema de escala, demanda a contratação

5 “O Poder Judiciário não possui a expertise e velocidade necessárias para a reação eficiente contra a produção e divulgação de *fake news*, e, por atuar caso a caso, não tem ferramentas institucionais para identificar e combater organizações que estejam por trás de disseminação massiva e articulada de notícias fraudulentas. Mas deve preservar sua competência exclusiva para determinar o bloqueio ao acesso ou retirada de conteúdos nas redes sociais, tal como estabelecido no Marco Civil da Internet” (Maranhão; Campos, 2021, p. 15).

de um alto número de moderadores e é custosa, não havendo incentivos econômicos para que as empresas a realizem de forma célere.

Diante do enfoque na moderação de conteúdo, não se verificam esforços dos provedores de conteúdo para endereçar a questão da propagação.

Além disso, poucas publicações dedicam-se a explorar essa questão específica. Algumas que se dedicam à análise da circulação de *fake news*, ademais, endereçam a questão sob o ponto de vista do compartilhamento por usuários. Nesse sentido, Carvalho (2022, p. 23-26) sustenta que a orientação adequada para lidar com o problema é que os receptores das mensagens identifiquem o conteúdo falso e não o compartilhem, associados a mecanismos de checagem dos fatos e à proibição ou regulação de marketing direto de conteúdo político para bases de dados que não estão cientes dessa ação.

Entretanto, embora se concorde que a educação dos usuários para identificar *fake news* seja essencial para combater o problema, não se pode esperar que a divulgação generalizada de conteúdo danoso que há atualmente seja solucionada apenas dessa forma. É equivocado colocar a responsabilidade de solucionar um problema tão complexo no juízo individual de pessoas comuns, ignorando o papel exercido pelas redes sociais na propagação. Também é questionável a viabilidade de educar todos os usuários, ainda mais se considerando a enorme quantidade de pessoas e os diferentes níveis educacionais, o que torna a medida, ainda que extremamente necessária, dificilmente efetiva por si só. Além disso, tal visão não considera que o compartilhamento de conteúdo não é apenas realizado por pessoas, mas também pela própria plataforma, ao organizar o que será visto por cada usuário e sugerir publicações, bem como por perfis falsos e algoritmos, chamados de “*bots*”.

Os mecanismos de checagem de fatos, ademais, apesar de também serem imprescindíveis, endereçam a consequência do problema gerado após a divulgação da *fake news*, e não a sua causa. Assim, novas *fake news* podem continuar a ser geradas e difundidas em massa enquanto a checagem de fatos tenta derrubá-las ou identificá-las como falsas uma a uma, fazendo uma mera contenção de danos, possivelmente sem sequer atingir as várias pessoas já expostas ao conteúdo.

É necessário, assim, analisar a questão sob o ponto de vista da propagação do conteúdo e do inerente modelo de negócios das plataformas digitais. Nesse sentido, de Carvalho (2020) analisa a questão das *fake news* sob a perspectiva do equilíbrio de forças. O autor pontua que a mídia tradicional está estruturada “em um jogo de forças que se estabelece entre, de um lado, incentivos gerados por imperativos econômicos e interesses políticos; e, de outro, incentivos provenientes da reputação e da regulação estatal”. No entanto, na internet, há uma relação de desequilíbrio dada a ampliação

exponencial da ação de incentivos econômicos e políticos e a consequente perda de relevância da reputação, bem como a redução da intensidade da regulação estatal.

Dessa forma, no tópico seguinte, analisa-se quais são os incentivos econômicos dos provedores de aplicações de internet na propagação de conteúdo e como a difusão de *fake news* é impactada por esse modelo de negócios nos mercados de atenção.

4. A CURADORIA DE CONTEÚDO NOS MERCADOS DE ATENÇÃO: O PAPEL DAS REDES SOCIAIS NA PROPAGAÇÃO DE *FAKE NEWS*

As redes sociais são mercados de atenção que, em troca do conteúdo e das plataformas disponibilizados, ganham receita pela venda de publicidade. Embora os mercados de atenção não sejam novos (Wu, 2017), a economia digital e o imenso volume de dados coletados trouxeram a possibilidade sem precedentes de geração de conteúdo e anúncios personalizados que maximizam a atenção (Scott Morton *et al.*, 2019). Os provedores, portanto, possuem incentivos para propagar conteúdo, independentemente da sua veracidade, desde que gere visualizações, cliques e curtidas, que são monetizados em publicidade.

A própria arquitetura das redes sociais, assim, foi desenhada para explorar vieses comportamentais dos seres humanos e maximizar sua atenção.⁶ Verifica-se que os “feeds” de notícias do Instagram e Facebook não organizam as postagens das páginas e pessoas que determinado usuário segue de forma cronológica, mas sim de uma forma específica – e nada transparente – determinada pelo seu algoritmo, juntamente com sugestões e anúncios. Ademais, o “reels” dessas plataformas, seção dedicada à exibição de vídeos curtos, sequer apresenta as postagens publicadas pelas contas que a pessoa segue na rede, mas sim o conteúdo sugerido pelo algoritmo com base nos dados coletados sobre os usuários. Essa mesma lógica também se aplica às demais redes sociais como o Twitter e TikTok. O algoritmo de todas realiza uma curadoria do conteúdo que será exibido para cada usuário específico a fim de maximizar a atenção e o tempo despendido.

A seleção de conteúdo, ainda, soma-se à forma como ele é exposto para os usuários, utilizando-se de um mecanismo de rolagem infinita que explora o “*slot machine effect*”, isto é, o efeito altamente viciante das máquinas de caça-níqueis de cassino. De forma similar, ao atualizar as páginas das redes

6 “Many of the most common features of online architecture are designed to combine ease of use and attention-capture: likes or retweets capture attention and prompt frequent rechecking, bottomless pages keep users scrolling, and swipes and streaks make browsing feel like a game, removing breaks that might otherwise prompt a natural end to the task and our attention to shift elsewhere” (Costa; Halpern, 2019).

sociais, há um leve atraso que aumenta a expectativa das postagens que vão surgir, imprevisíveis para o usuário devido à curadoria que os algoritmos realizam. Assim, as plataformas exploram o fenômeno conhecido como recompensa variável intermitente, uma vez que a próxima postagem pode ou não ser interessante ao usuário, que nunca deixa de ter incentivos para continuar “rolando” a tela dos aplicativos (Langvardt, 2019).

Wu (2019, p. 40) destaca que atualmente não é apenas a atenção em massa que é vendida pelas plataformas, mas também parcelas de atenção personalizadas projetadas para atender à necessidade do comprador.⁷ É inegável, assim, que a personalização de conteúdo torna os provedores de aplicações da internet verdadeiros curadores que selecionam o que será exibido para cada usuário.

Nesse sentido, Balkin (2021, p. 75) ressalta que as redes sociais também são curadoras do discurso público na atualidade. A diferença é que, em vez de publicar seu próprio conteúdo, estão publicando o conteúdo de todos os demais, porém, tal como a mídia tradicional, também determinam o que é permitido ou não em seu meio. Ademais, o autor destaca que as plataformas rearranjam o conteúdo para cada usuário, personalizam, selecionam, determinam seu alcance, propagação e velocidade.⁸

Pariser, em 2011, já alertava para as “bolhas” de filtros de conteúdo que a personalização online causa, de modo que os algoritmos controlam não só o que as pessoas veem, mas também o que elas não veem. O autor conclui que, apesar de a internet ter o potencial para descentralizar conhecimento, na prática, tem concentrado o controle nas mãos de menos pessoas do que nunca.

As consequências disso têm ficado cada vez mais evidentes na atualidade. Verificou-se que a internet, em vez de incentivar o pluralismo, pode contribuir para a polarização de ideias com a formação de câmaras de eco (*echo-chambers*) que apenas reforçam visões específicas dos usuários (Macedo Jr., 2021, p. 10-15). Nesse contexto, as *fake news* têm se tornado verdadeiras armas ideológicas e políticas na internet, difundidas por movimentos populistas e, recentemente, até por partidos não populistas (Monti, 2018, p. 27).

Tal disseminação generalizada de informações falsas tem causado um fenômeno chamado de pós-verdade (“post-truth”), em que há uma discordância fundamental entre os membros do público sobre fatos básicos acerca do estado do mundo e não há uma entidade vista como confiável de

7 “As suggested before, in a more advanced model, the Attention Broker resells not just attention in bulk, but specific, tailored tranches of attention designed to meet the needs of the buyer. [...] The high-tech Attention Brokers like Google and Facebook have made much of their ability to very precisely target the right audiences and the right states of mind” (Wu, 2019, p. 40).

8 “Third, social media curate public opinion, not only through individualized search results and feeds, but also through enforcing community standards and terms of service. Social media curate not only by taking down or rearranging content, but also by regulating the speed of propagation and the reach of content” (Balkin, 2021, p. 75).

forma ampla pela população para resolver essas disputas factuais (Hasen, 2020, p. 537).

Dessa forma, quanto mais polêmico, controverso e emotivo é o conteúdo, maior é a possibilidade de que capte a atenção de usuários e, por conseguinte, gere retorno financeiro para as plataformas.⁹ O próprio modelo de negócios das redes sociais, assim, encoraja que os algoritmos, ao realizar a curadoria do que é exibido para cada usuário, propaguem *fake news*, ampliem seu alcance e as recomendem como publicações sugeridas.

Não é suficiente que o debate público sobre o problema social das *fake news* centre-se na moderação de conteúdo como tem sido feito recentemente, conforme explorado nos tópicos anteriores deste artigo. É necessária, para que se chegue a soluções efetivas, a análise de como se dá a propagação de notícias falsas e, por conseguinte, a adequada compreensão do papel das plataformas na curadoria de conteúdo.

É interessante, nesse sentido, notar como alguns autores que já abordam essa perspectiva surgem com algumas alternativas interessantes para solucionar o problema, que fogem ao enfoque usual dado à moderação de conteúdo.

Drexler (2016, p. 29), por exemplo, expõe que há argumentos favoráveis ao aumento do acesso a conteúdo de alta qualidade e ao desenvolvimento de políticas que identifiquem informações falsas ou não comprovadas cientificamente na internet. O autor ainda sustenta que a regulamentação potencial deve visar os critérios com base nos quais os algoritmos de seleção de informações são projetados.

De forma similar, Vermeulen (2019, p. 11) critica a atenção que tem se dado à remoção individual de postagens e conteúdos para endereçar o problema. Ao revés, traz uma interessante visão de que o foco regulatório deve ser na arquitetura específica das plataformas que amplificam tais conteúdos:

This approach steers us away from the disproportionate attention that is given to the removal of individual pieces of content. Rather than trying to regulate the impossible, i.e. removal of individual pieces of content that are illegal or cause undefined harm, we need to focus on regulating the behaviour of platform-specific architectural amplifiers of such content: recommendation engines, search engine features such as autocomplete, features such as “trending”, and other mechanisms that predict what we want to see next. These are active design choices over which platforms have direct control, and for which they could ultimately be held liable. Regulating these architectural elements is a more proportionate response than regulating content as such. Renee DiResta has

9 “First, the attention economy generates perverse effects. It encourages companies to highlight the kind of content that keeps viewers’ attention. This content is less likely to be informative or educational, and more likely to be false, demagogic, conspiratorial, and incendiary, and to appeal to emotions such as fear, envy, anger, hatred, and distrust” (Balkin, 2021, p. 83-84).

summarised succinctly the differences between both approaches: “free speech does not mean free reach. There is no right to algorithmic amplification” (Vermeulen, 2019, p. 11).

Balkin (2021, p. 89), por sua vez, conclui que o objetivo da regulação deve ser dar às redes sociais incentivos para assumir suas responsabilidades de serem instituições confiáveis na esfera pública digital. Desse modo, ressalta que o comportamento das plataformas continuará o mesmo enquanto o seu modelo de negócios as incentive assim.¹⁰

Verifica-se, portanto, que o problema das *fake news* demanda uma análise cuidadosa dos incentivos econômicos das redes sociais como mercados de atenção e, conseqüentemente, da curadoria de conteúdo que realizam. A visão de que as postagens nas plataformas são meramente conteúdos de terceiros que não sofrem controle editorial prejudica a adequada compreensão do papel que os gigantes da internet exercem na moldagem do discurso público atualmente. A reflexão sobre a forma de propagação das informações no meio digital é essencial para que se chegue a medidas viáveis e efetivas que busquem internalizar algumas das externalidades negativas causadas pelos operadores de aplicações de internet sem, por outro lado, onerá-los de forma a impedir os benefícios positivos que o mundo digital oferece à sociedade.

5. TENTATIVAS DE ALTERAÇÃO DA LEI BRASILEIRA E PROJETOS LEGISLATIVOS EM CURSO: UMA POSSÍVEL EVOLUÇÃO NA COMPREENSÃO DAS REDES SOCIAIS COMO CURADORES DE CONTEÚDO?

No Brasil, por outro lado, na contramão da autorregulação na moderação de conteúdo vista em outras jurisdições, houve uma tentativa em 2021 de alteração do Marco Civil da Internet para determinar que a exclusão de conteúdo somente poderia ser realizada com “justa causa e motivação”, sob a justificativa de proteção à liberdade de expressão. A Medida Provisória n. 1.068/2021, que ficou conhecida como “MP das *fake news*”, estabelecia um rol taxativo de situações caracterizadas como “justa causa” em que as redes sociais poderiam retirar, bloquear, ou suspender usuários ou conteúdos (Brasil, 2021). No entanto, *fake news* e discurso de ódio sequer se encontravam nessa lista, de modo que, se os provedores quisessem retirar tais publicações, deveriam fazer uma solicitação judicial. Diante disso, a medida foi duramente criticada pela doutrina. Pontou-se que o texto foi motivado pela polarização política existente no país e visava estabelecer o

10 “Social media companies will behave badly as long as their business models cause them to. Profit-making firms like Facebook will normally seek to externalize as many costs of their activities as possible onto others so that the costs will be borne by society. Their business models don’t care about your democracy” (Balkin, 2021, p. 89).

Poder Executivo como guardião do fluxo comunicacional ao mesmo tempo em que dificultava a moderação de conteúdo de desinformação (Abboud; Campos, 2021, p. 4-9). Em meio à repercussão negativa, a medida provisória foi rejeitada pelo Congresso Nacional.

Outros projetos de lei tramitam atualmente com o intuito de endereçar *fake news*. Toffoli, contudo, aponta que as propostas ou i) criminalizam os usuários que difundem ou produzem notícias falsas ou ii) responsabilizam as plataformas digitais pelos conteúdos que nelas circulam, sujeitando-as a multa no caso de não remoção de conteúdos prejudiciais independentemente de decisão judicial (Toffoli, 2021, p. 1-6).

O mais inovador é o Projeto de Lei n. 2630/2020, conhecido como “PL das *Fake News*”, ao qual foram apensados diversos outros projetos que tramitavam pelo Congresso Nacional, e visa instituir a Lei Brasileira de Liberdade, Responsabilidade e Transparência na Internet. De forma bem distinta do que pretendia a MP n. 1.068/2021, o PL n. 2630/2020 não elenca as hipóteses taxativas em que as plataformas estariam autorizadas a retirar conteúdos, mas sim impõe às plataformas o dever de estabelecer um procedimento de moderação de conteúdo conforme o seu próprio código de conduta e termos de uso, o qual deve ser aplicado com respeito ao direito de acesso à informação, à liberdade de expressão e à livre concorrência (Capítulo III, Seção II).

Ademais, a redação atual do PL n. 2630/2020 prevê a possibilidade de responsabilização solidária dos provedores de aplicação no caso de distribuição de conteúdo por meio de publicidade de plataforma e de descumprimento das obrigações de dever de cuidado:

Art. 6º Os provedores podem ser responsabilizados civilmente, de forma solidária:

I – pela reparação dos danos causados por conteúdos gerados por terceiros cuja distribuição tenha sido realizada por meio de publicidade de plataforma; e

II – por danos decorrentes de conteúdos gerados por terceiros quando houver descumprimento das obrigações de dever de cuidado, na duração do protocolo de segurança de que trata a Seção IV (Brasil, 2020).

A publicidade de plataforma é definida como ampliação ou impulsionamento de alcance de conteúdo em troca de pagamento pecuniário ou valor estimável em dinheiro para os provedores (art. 5, IX). Verifica-se, assim, que o projeto visa alterar o panorama atual de que as redes sociais não respondem por eventuais danos decorrentes de conteúdos nelas veiculados, ao menos em relação ao que é impulsionado ou ampliado. Faz-se uma distinção

entre a veiculação feita por meio de publicidade de plataforma, para a qual se estabelece a possibilidade de responsabilidade solidária, e a propagação não relacionada a ganhos financeiros estimáveis para os provedores de aplicação, que continua isenta de responsabilidade civil.

Já as obrigações de dever de cuidado consistem na atuação diligente para prevenir e mitigar práticas ilícitas no âmbito de seus serviços, envidando esforços para aprimorar o combate à disseminação de conteúdos ilegais gerados por terceiros (Seção III do Capítulo II). A avaliação sobre o seu cumprimento será realizada sempre sobre o conjunto de esforços e medidas adotadas pelos provedores, não cabendo avaliação sobre casos isolados (art. 11, § 2º). A possibilidade de responsabilização civil solidária por danos decorrentes de conteúdo gerado por terceiros, nesse caso, restringe-se ao descumprimento das obrigações do dever de cuidado ocorrido na duração do protocolo de segurança, que é instaurado quando configurada a iminência de riscos descritos no art. 7º, ou a negligência ou insuficiência da ação do provedor (Seção IV do Capítulo II).

O art. 7º do PL n. 2630/2020 prevê obrigações de análise e atenuação de riscos sistêmicos decorrentes da concepção ou do funcionamento dos serviços e dos sistemas relacionados dos provedores de aplicação, incluindo os sistemas algorítmicos. É interessante a opção regulatória de criar deveres em relação ao sistema como um todo e de forma preventiva e contínua, em vez de condutas pontuais que podem ser insuficientes, ultrapassadas e carecerem de viabilidade técnica de implementação. São elencados, ainda, os fatores que influenciam os riscos sistêmicos que devem ser levados em consideração nas avaliações de riscos:

Art. 7 [...] § 3º Quando da realização de avaliações de risco, os provedores terão em conta como os seguintes fatores influenciam os riscos sistêmicos referidos no § 2º:

- I - a concepção dos seus sistemas de recomendação e de qualquer outro sistema algorítmico pertinente;
- II - os seus sistemas de moderação de conteúdos;
- III - os termos de uso e a sua aplicação;
- IV - os sistemas de exibição de publicidade de plataforma; e
- V - a influência da manipulação maliciosa e intencional no serviço, incluindo casos de contas criadas ou usadas com o propósito de assumir ou simular identidade de terceiros para enganar o público, ou explorar o serviço de maneira automatizada (Brasil, 2020).

Destaca-se a preocupação com a concepção dos sistemas de recomendação de conteúdo e os sistemas de exibição de publicidade de

plataforma como fatores que influenciam os riscos sistêmicos na difusão de conteúdos ilícitos. Verifica-se, assim, que o PL n. 2630/2020, ao menos em sua redação atual, parece indicar uma possível evolução na compreensão das redes sociais como curadores de conteúdo, ultrapassando a visão normativa atual que se preocupa apenas com a realização ou não de controle editorial.

Importa ressaltar, contudo, que é possível que a redação do PL n. 2630/2020 sofra novas alterações por emendas parlamentares. Além disso, apesar de tramitar na Câmara dos Deputados sob regime de urgência, não há previsão de quando será incluído na pauta para votação. Também há a possibilidade de que o projeto sequer seja aprovado pelo Congresso Nacional, permanecendo a visão atual do Marco Civil da Internet dos provedores de aplicação como meros “mensageiros” do conteúdo de terceiros. De toda forma, os esforços legislativos atuais indicam que esse cenário tende a mudar.

No âmbito eleitoral, foi editada a Resolução TSE n. 23.732/2024, que alterou a Resolução TSE n. 23.610/2019 e criou disposições sobre propaganda digital eleitoral já aplicáveis às eleições municipais de 2024. O provedor de aplicação de internet que permita a veiculação de conteúdo político-eleitoral deve adotar e publicizar medidas para impedir ou diminuir a circulação de fatos notoriamente inverídicos ou gravemente descontextualizados que possam atingir a integridade do processo eleitoral. Além disso, a plataforma pode ser responsabilizada solidariamente, civil e administrativamente, nos seguintes casos:

Art. 9º-E. Os provedores de aplicação serão solidariamente responsáveis, civil e administrativamente, quando não promoverem a indisponibilização imediata de conteúdos e contas, durante o período eleitoral, nos seguintes casos de risco:

I – de condutas, informações e atos antidemocráticos caracterizadores de violação aos artigos 296, parágrafo único; 359-L, 359-M, 359-N, 359-P e 359-R do Código Penal;

II – de divulgação ou compartilhamento de fatos notoriamente inverídicos ou gravemente descontextualizados que atinjam a integridade do processo eleitoral, inclusive os processos de votação, apuração e totalização de votos;

III – de grave ameaça, direta e imediata, de violência ou incitação à violência contra a integridade física de membros e servidores da Justiça eleitoral e Ministério Público eleitoral ou contra a infraestrutura física do Poder Judiciário para restringir ou impedir o exercício dos poderes constitucionais ou a abolição violenta do Estado Democrático de Direito;

IV – de comportamento ou discurso de ódio, inclusive promoção de racismo, homofobia, ideologias nazistas, fascistas ou odiosas contra uma pessoa ou grupo por preconceito de origem, raça, sexo, cor, idade, religião e quaisquer outras formas de discriminação;

V - de divulgação ou compartilhamento de conteúdo fabricado ou manipulado, parcial ou integralmente, por tecnologias digitais, incluindo inteligência artificial, em desacordo com as formas de rotulagem trazidas na presente Resolução (Brasil, 2024).

Não obstante, a referida resolução vem sendo criticada pelo risco de que as plataformas promovam uma retirada massiva de conteúdo para evitar que sejam sancionadas, causando um impacto negativo na circulação de postagens legítimas e no direito à liberdade de expressão (Coalizão Direitos na Rede, 2024). Há, ainda, a preocupação de que a resolução cause uma moderação automatizada de conteúdo em larga escala, através de um “leviatã algorítmico”, sem as devidas medidas de transparência quanto ao seu processo de funcionamento, que poderiam entregar resultados ilegais, discriminatórios e injustos (Tsuzuki; Boselli; Machado, 2024). O Google, ademais, anunciou que não irá mais permitir a realização de anúncios político-eleitorais em suas plataformas, o que alguns especialistas apontaram como um indício da inadequação da resolução do TSE (Ribeiro, 2024).

Essas reações à alteração normativa expõem os riscos e as dificuldades de criar uma regulação que faça com que os provedores internalizem algumas das externalidades negativas causadas pelo modelo de negócios do mercado de atenção sem, por outro lado, acabar por restringir indevidamente a liberdade de expressão ou inviabilizar os benefícios que as plataformas digitais oferecem à sociedade. Em vez da possibilidade de responsabilização solidária pela veiculação de certos tipos de conteúdo durante o período eleitoral, como feito pela Resolução TSE n. 23.732/2024, talvez seja mais interessante explorar a responsabilização pela forma de propagação, como feito no PL n. 2630/2020.

CONCLUSÃO

Atualmente, o Marco Civil da Internet isenta os provedores de aplicação de responsabilidade pelas *fake news*, que são vistas como conteúdos de terceiros. Ademais, a jurisprudência também analisa a questão sob o ponto de vista da autoria, entendendo que as plataformas não podem ser responsabilizadas porque não realizam o controle editorial do material nelas veiculado. Diante da inefetividade do panorama regulatório vigente para endereçar o problema das *fake news*, há um intenso debate doutrinário sobre o tema. Constatou-se, contudo, que a discussão se centrou por muito tempo na proteção à liberdade de expressão e na moderação de conteúdo e, isto é, no processo de sua retirada da plataforma, pouco se discutindo sobre a responsabilidade pela forma de propagação.

Para endereçar o problema da desinformação de forma adequada, é necessário enxergar que as plataformas são muito mais do que meros “mensageiros”. Em verdade, são mercados de atenção cujos algoritmos realizam a curadoria do conteúdo ao selecionar, sugerir, personalizar, rearranjar e determinar o alcance de cada postagem a fim de monetizar a atenção dos usuários em anúncios direcionados. As plataformas ampliam e impulsionam o alcance de certos conteúdos em troca de pagamento pela publicidade e tal amplificação algorítmica deve ser visualizada de forma distinta pela regulação, a fim de que os provedores de aplicação de internet internalizem algumas das externalidades negativas que causam.

Os operadores de conteúdo têm incentivos econômicos para ampliar o alcance e propagar o que mais vai captar a atenção dos usuários, o que, infelizmente, tende a apelar para emoções, ser falso e conspiratório. A própria estrutura de negócios dos operadores de conteúdo, assim, incentiva a propagação de notícias falsas, explorando vieses comportamentais. Portanto, a fim de que o problema das *fake news* possa ser combatido de forma efetiva, é necessário compreender o papel das redes sociais, como curadores de conteúdo no meio digital. Essa compreensão permite a criação de cenários regulatórios mais efetivos como a responsabilização pela forma de propagação, em vez da responsabilização pelo conteúdo danoso e seu consequente risco de restrição indevida à liberdade de expressão.

Nesse sentido, destaca-se o PL n. 2630/2020, que possibilita a responsabilização civil solidária dos provedores de aplicação pelos danos causados por conteúdos gerados por terceiros, cuja distribuição tenha sido realizada por meio de publicidade de plataforma. Ressalta-se que a responsabilização não se dá em razão do tipo de conteúdo, mas sim pela forma de propagação, isto é, impulsionamento ou ampliação em troca de pagamento pecuniário ou valor estimável em dinheiro. O projeto de lei também prevê obrigações de análise e de atenuação de riscos sistêmicos decorrentes da concepção ou do funcionamento dos serviços dos provedores de aplicação, incluindo os sistemas algorítmicos de recomendação de conteúdo e de publicidade. Verifica-se, assim, que o PL n. 2630/2020 pode representar um importante passo na compreensão das redes sociais como curadores de conteúdo na atualidade, embora ainda haja um longo caminho a ser percorrido no Congresso Nacional até a sua aprovação ou rejeição.

REFERÊNCIAS

ABBOUD, Georges; CAMPOS, Ricardo. Capítulo 4. A autorregulação regulada como modelo do Direito proceduralizado. In: ABBOUD, Georges; NERY JR.,

Nelson; CAMPOS, Ricardo (orgs.). *Fake News e Regulação*. 3. ed. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2021.

BALKIN, Jack M. How to Regulate (and Not Regulate) Social Media. *Journal of Free Speech Law*, v. 1, p. 71-96, 2022. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3484114>. Acesso em: 31 jul. 2024.

BORGES FORTES, Vinícius; BALDISSERA, Wellington Antonio. Regulação das fake news e liberdade de expressão: uma análise a partir da Reclamação 22.328 do Supremo Tribunal Federal. *Revista Direitos Sociais e Políticas Públicas* (UNIFAFIBE), v. 7, n. 3, p. 374, 2019. Disponível em: <http://www.unifafibe.com.br/revista/index.php/direitos-sociais-politicas-pub/article/view/671>. Acesso em: 31 jul. 2024.

BRASIL. Subchefia de Assuntos Parlamentares. *EMI N° 00086 - MJ/MP/MCT/MC*. (Exposição de Motivos do Marco Civil da Internet). Brasília, 25 de abril de 2011. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/projetos/expmotiv/emi/2011/86-mj%20mp%20mct%20mc.htm. Acesso em: 31 jul. 2024.

BRASIL. Lei n° 12.965, de 23 de abril de 2014. Estabelece princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da Internet no Brasil. *Diário Oficial da União*, Brasília, DF, 2014. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/l12965.htm. Acesso em: 31 jul. 2024.

BRASIL. Medida Provisória n° 1.068/2021, de 6 de setembro de 2021. Altera a Lei n° 12.965, de 23 de abril de 2014, e a Lei n° 9.610, de 19 de fevereiro de 1998, para dispor sobre o uso de redes sociais. *Diário Oficial da União*, Brasília, DF, 2021. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2019-2022/2021/Mpv/mpv1068.htm#art1. Acesso em: 31 jul. 2024.

BRASIL. Senado Federal. *PL 2630/2020*. Institui a Lei Brasileira de Liberdade, Responsabilidade e Transparência na Internet. Brasília: Câmara dos Deputados, 2020. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=2256735>. Acesso em: 31 jul. 2024.

BRASIL. Supremo Tribunal Federal (Pleno). *Ação Penal n° 1044*. Relator Min. Alexandre de Moraes, julgado em 20/04/2022.

BRASIL. Superior Tribunal de Justiça (3a Turma). *Recurso Especial n° 1.641.155/SP*. Relatora Min. Nancy Andrighi, julgado em 13/06/2017.

BRASIL. Superior Tribunal de Justiça (4ª Turma). *Agravo Interno no Recurso Especial nº 1591179/CE*. Relator Ministro Ricardo Villas Bôas Cueva, julgado em 12/08/2019.

BRASIL. Superior Tribunal de Justiça (4ª Turma). *Agravo em Recurso Especial nº 685.720/SP*. Relator Min. Marco Buzzi, julgado em 13/10/2020.

BRASIL. Superior Tribunal de Justiça (4ª Turma). *Recurso Especial nº 1.568.935/RJ*. Relator Ministro Ricardo Villas Bôas Cueva, julgado em 05/04/2016.

BRASIL. Superior Tribunal de Justiça (4ª Turma). *Recurso Especial nº 1.859.665/SC*. Relator Min. Luis Felipe Salomão. Julgado em 09/03/2021. Informativo 688.

BRASIL. Superior Tribunal de Justiça (6ª Turma). *Recurso em Habeas Corpus nº 75.125/PB*. Relator Ministro Nefi Cordeiro, Relator para acórdão Ministro Rogerio Schietti Cruz, julgado em 25/10/2016.

BRASIL. Supremo Tribunal de Justiça. *Tema 533*. Dever de empresa hospedeira de sítio na internet fiscalizar o conteúdo publicado e de retirá-lo do ar quando considerado ofensivo, sem intervenção do Judiciário. [Belo Horizonte; Brasília]: STJ, [2024]. Disponível em: <https://portal.stf.jus.br/jurisprudenciaRepercussao/verAndamentoProcesso.asp?incidente=5217273&numeroProcesso=1057258&classeProcesso=RE&numeroTema=533>. Acesso em: 31 jul. 2024.

BRASIL. Supremo Tribunal de Justiça. *Tema 987*. Discussão sobre a constitucionalidade do art. 19 da Lei n. 12.965/2014 (Marco Civil da Internet) que determina a necessidade de prévia e específica ordem judicial de exclusão de conteúdo para a responsabilização civil de provedor de internet, websites e gestores de aplicativos de redes sociais por danos decorrentes de atos ilícitos praticados por terceiros. [Belo Horizonte; Brasília]: STJ, [2024]. Disponível em: <https://portal.stf.jus.br/jurisprudenciaRepercussao/verAndamentoProcesso.asp?incidente=5160549&numeroProcesso=1037396&classeProcesso=RE&numeroTema=987>. Acesso em: 31 jul. 2024.

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. *TSE assina com o Supremo acordo para combater as fake news sobre o Judiciário*. Brasília: TSE Notícias, 2022. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/comunicacao/noticias/2022/Maio/tse-assina-com-o-supremo-acordo-para-combater-as-fake-news-sobre-o-judiciario>. Acesso em: 3 ago. 2024.

BURRI, Mira. *Fake News in Times of Pandemic and Beyond: An Enquiry into the Rationales for Regulating Information Platforms*. *SSRN Electronic Journal*, v. *Forthcoming in: Klaus Mathis and Avisshalom Tor (eds), Law and Economics of the*

Coronavirus Crisis, Springer, Berlin, 2022. Disponível em: <https://www.ssrn.com/abstract=3910395>. Acesso em: 31 jul. 2024.

CARVALHO, Eric de. O processo de circulação das *Fake News*. In: RAIS, Diogo (org.). *Fake News: A conexão entre a desinformação e o direito*. 3. ed. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2022.

COALIZAÇÃO DIREITOS NA REDE – CDR. *Nota pública: novas regras do TSE para propaganda eleitoral na internet nas eleições podem ter consequências graves sobre o debate público*. Brasília, DF: CDR, 2024. Disponível em: <https://direitosnarede.org.br/2024/03/15/nota-publica-novas-regras-do-tse-para-propaganda-eleitoral-na-internet-nas-eleicoes-podem-ter-consequencias-graves-sobre-o-debate-publico/>. Acesso em: 27 jul. 2024.

COSTA, Elisabeth; HALPERN, David. *The behavioural science of online harm and manipulation, and what to do about it: An exploratory paper to spark ideas and debate*. [S.l.]: The Behavioural Insights Team (BIT), 2019. Disponível em: <https://www.bi.team/publications/the-behavioural-science-of-online-harm-and-manipulation-and-what-to-do-about-it/>. Acesso em: 23 ago. 2024.

DANTAS, Bruno; SANTOS, Caio Victor Ribeiro do. Capítulo 19. *Fake news e liberdade de expressão: contribuição para um debate necessário*. In: ABOUD, Georges; NERY JR., Nelson; CAMPOS, Ricardo (orgs.). *Fake News e Regulação*. 3. ed. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2021.

DE CARVALHO, Lucas Borges. A democracia frustrada: *fake news*, política e liberdade de expressão nas redes sociais. *Internet&Lab*, [s.l.], v. 1, n. 1, p. 28, 2020.

DELMAZO, Caroline; VALENTE, Jonas C. L. *Fake news nas redes sociais online: propagação e reações à desinformação em busca de cliques*. *Media & Jornalismo*, Lisboa, v. 18, n. 32, p. 155-169, 2018. Disponível em: https://impactum-journals.uc.pt/mj/article/view/2183-5462_32_11. Acesso em: 2 ago. 2024.

DREXL, Josef. Economic efficiency versus democracy: on the potential role of competition policy in regulating digital markets in times of post-truth politics. *Max Planck Institute for Innovation and Competition Research Paper*, n. 16, p. 29, 2016.

ESPINOZA, Javier; FLEMING, Sam. União Europeia rejeita propostas do Facebook para regulamentação online. *Bruxelas Financial Times*. 2022. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2020/02/uniao-europeia-rejeita-propostas-do-facebook-para-regulamentacao-online.shtml>. Acesso em: 2 ago. 2024.

FARINHO, Domingos Soares. Capítulo 2. Delimitação do espectro regulatório de redes sociais. In: ABBOUD, Georges; NERY JR., Nelson; CAMPOS, Ricardo (orgs.). *Fake News e Regulação*. 3. ed. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2021.

FORNASIER, Mateus De Oliveira; BECK, Cesar. Cambridge Analytica: escândalo, legado e possíveis futuros para a democracia. *Revista Direito em Debate*, Ijuí, RJ, v. 29, n. 53, p. 182-195, 2020. Disponível em: <https://www.revistas.unijui.edu.br/index.php/revistadireitoemdebate/article/view/10033>. Acesso em: 4 ago. 2024.

GALHARDI, Cláudia Pereira; FREIRE, Neyson Pinheiro; FAGUNDES, Maria Clara Marques; *et al.* *Fake news* e hesitação vacinal no contexto da pandemia da COVID-19 no Brasil. *Ciência & Saúde Coletiva*, Rio de Janeiro, v. 27, n. 5, p. 1849-1858, 2022. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-81232022000501849&tlng=pt. Acesso em: 4 ago. 2024.

GIACCHETTA, André Zonaro. Atuação e responsabilidade dos provedores diante das *Fake News* e da desinformação. In: RAIS, Diogo (org.). *Fake News: A conexão entre a desinformação e o direito*. 3. ed. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2022.

HASEN, Richard L. Deep fakes, bots, and siloed justices: american election law in a “post-truth” world. *Saint Louis University Law Journal*, Missouri, v. 64, p. 537, 2020.

LADEUR, Karl-Heinz. Capítulo 5. Por um novo direito das redes digitais. In: ABBOUD, Georges; NERY JR., Nelson; CAMPOS, Ricardo (orgs.). *Fake News e Regulação*. 3. ed. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2021.

LANGVARDT, Kyle. Regulating Habit-Forming Technology. *Fordham Law Review*, New York, v. 88, n. 1, 2021.

LAUX, Francisco de Mesquita. *Redes sociais e limites da jurisdição: planos da territorialidade e efetividade*. 1. ed. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2019.

MARANHÃO, Juliano; CAMPOS, Ricardo. Capítulo 15. *Fake News* e autorregulação regulada das redes sociais no Brasil: fundamentos constitucionais. In: ABBOUD, Georges; NERY JR., Nelson; CAMPOS, Ricardo (orgs.). *Fake News e Regulação*. 3. ed. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2021.

MONTI, Matteo. The new populism and *fake news* on the Internet: how populism along with Internet new media is transforming the Fourth Estate. *Sant’Anna Legal Studies*, v. STALS Research Paper 4/2018, p. 27, 2018.

MURRAY, Andrew D. Rethinking Regulation for the Digital Environment. *London School of Economics Law Policy Briefing*, v. 41, 2019. LSE Law Policy Briefing Series. Disponível em: <https://www.ssrn.com/abstract=3462792>. Acesso em: 2 ago. 2024.

PARISER, Eli. *The filter bubble: how the new personalized web is changing what we read and how we think*. New York: Penguin Books, 2014. Disponível em: <http://rbdigital.oneclickdigital.com>. Acesso em: 11 ago. 2024.

RAIS, Diogo. Capítulo 11. Desinformação no contexto democrático. In: ABOUD, Georges; NERY JR., Nelson; CAMPOS, Ricardo (orgs.). *Fake News e Regulação*. 3. ed. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2021.

RIBEIRO, Roberta. Fim de anúncios eleitorais no Google reflete linha dura do TSE sobre propaganda eleitoral. *Gazeta do Povo*. 01/05/2024. Disponível em: <https://www.gazetadopovo.com.br/republica/fim-de-anuncios-eleitorais-no-google-reflete-linha-dura-do-tse-sobre-propaganda-eleitoral/>. Acesso em: 27 jul. 2024.

SAMPLES, John. Why the Government Should Not Regulate Content Moderation of Social Media. *Cato Institute Policy Analysis*, Washington, DC, v. 865, 2019. DOI: 10.1163/2210-7975_HRD-9985-20190065.

SARLET, Ingo Wolfgang; HARTMANN, Ivar Alberto Martins. Direitos Fundamentais e Direito Privado: a Proteção da Liberdade de Expressão nas Mídias Sociais. *Revista Direito Público*, v. 16, n. 90, p. 24, 2019. Disponível em: <https://www.portaldeperiodicos.idp.edu.br/direitopublico/article/view/3755>. Acesso em: 2 ago. 2024.

SARLET, Ingo Wolfgang; SIQUEIRA, Andressa De Bittencourt. Liberdade de expressão e seus limites numa democracia: o caso das assim chamadas “fake news” nas redes sociais em período eleitoral no Brasil. *REI - Revista Estudos Institucionais*, v. 6, n. 2, p. 534-578, 2022. Disponível em: <https://www.estudosinstitucionais.com/REI/article/view/522>. Acesso em: 2 ago. 2024.

SATARIANO, Adam. E.U. Takes Aim at Social Media’s Harms With Landmark New Law. *The New York Times*, New York, 2022. Disponível em: <https://www.nytimes.com/2022/04/22/technology/european-union-social-media-law.html>. Acesso em: 2 ago. 2024.

SCOTT MORTON, Fiona *et al.* Committee for the Study of Digital Platforms Market Structure and Antitrust Subcommittee Report. *George J. Stigler Center for*

the Study of the Economy and the State, The University of Chicago Booth School of Business, Chicago, v. 36, 2019.

TOFFOLI, José Antonio Dias. Capítulo 1. *Fake news*, desinformação e liberdade de expressão. In: ABOUD, Georges; NERY JR., Nelson; CAMPOS, Ricardo (orgs.). *Fake News e Regulação*. 3. ed. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2021.

TSUZUKI, Camila; BOSELLI, André; e MACHADO, Caio. A resolução do TSE e os riscos da automação para a liberdade de expressão online. *Jota*. 10/03/2024. Disponível em: <https://www.jota.info/opiniao-e-analise/colunas/tecnologia-cultural-digital/a-resolucao-do-tse-e-os-riscos-da-automacao-para-a-liberdade-de-expressao-online-10032024?non-beta=1>. Acesso em: 27 jul. 2024.

VERMEULEN, Mathias. Online Content: To Regulate Or Not To Regulate – Is That the Question? *Association for Progressive Communications Issue Paper*, [s.l.], 2019.

WIELSCH, Dan. Capítulo 3. Os ordenamentos das redes: Termos e condições de uso – Código – Padrões da comunidade. In: ABOUD, Georges; NERY JR., Nelson; CAMPOS, Ricardo (orgs.). *Fake News e Regulação*. 3. ed. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2021.

WU, Tim. Blind Spot: The Attention Economy and the Law. *Antitrust Law Journal*, [s.l.], v. 82, p. 40, 2019.

WU, Tim. *The attention merchants: the epic scramble to get inside our heads*. First Vintage Books Edition. New York: Vintage Books, a division of Penguin Random House LLC, 2017.