

O CONSUMO DE (DES)INFORMAÇÃO PELAS REDES SOCIAIS: problematizações e impacto à democracia no Brasil

Luiz Guilherme de Brito Arduino¹ 

RESUMO

Este artigo propõe uma reflexão crítica sobre o consumo de (des)informação nas redes sociais durante a Era Digital e seus desdobramentos para a manutenção e o fortalecimento da democracia no Brasil. Como objetivo geral, busca-se compreender o contexto midiático e político vivenciado nos últimos anos em relação ao consumo de (des)informação pelas redes sociais. Especificamente, este estudo busca discutir possíveis problemas que reverberam e impactam a democracia, tais como o vício utilizando as redes sociais; as bolhas de filtro e algoritmos e a responsabilidade das empresas e os impactos negativos das suas plataformas. Como procedimentos metodológicos, optou-se pela pesquisa exploratória, de caráter qualitativo, com revisão de literatura e documental, com uma análise interpretativista. A escolha metodológica permite compreender, de maneira aprofundada, as dinâmicas simbólicas e comunicacionais que permeiam o consumo de informação digital no contexto brasileiro atual. Os resultados demonstram que as redes sociais, quando utilizadas na esfera política, podem causar impactos para a democracia, tal como influenciar eleições. O presente estudo ressalta a necessidade de reflexão crítica e de mobilização social sobre o avanço de uma regulamentação capaz de equilibrar a liberdade de expressão com a preservação da integridade democrática no país.

Palavras-chave: (des)informação; impacto; democracia; redes sociais; contexto midiático e político.

THE CONSUMPTION OF (DIS)INFORMATION BY SOCIAL NETWORKS: problematizations and impact on democracy in Brazil

ABSTRACT

Este artículo propone una reflexión crítica sobre el consumo de (des)información en las redes sociales durante la era digital y sus repercusiones para el mantenimiento y el fortalecimiento de la democracia en Brasil. Como objetivo general, se busca comprender el contexto mediático y político vivido en los últimos años en relación con el consumo de (des)información por las redes sociales. En concreto, este estudio pretende debatir posibles problemas que repercuten e impactan en la democracia, como la adicción al uso de las redes sociales, las burbujas de filtro y los algoritmos, la responsabilidad de las empresas y los impactos negativos de sus plataformas. Como procedimientos metodológicos, se optó por una investigación exploratoria, de carácter cualitativo, con revisión bibliográfica y documental, y un análisis interpretativo. La elección metodológica permite comprender en profundidad las dinámicas simbólicas y comunicativas que impregnan el consumo de información digital en el contexto brasileño actual. Los resultados demuestran que las redes sociales, cuando se utilizan en la esfera política, pueden tener repercusiones en la democracia, como influir en las elecciones. El presente estudio destaca la necesidad de una reflexión crítica y una movilización social sobre el avance de una regulación capaz de equilibrar la libertad de expresión con la preservación de la integridad democrática en el país.

Keywords ou Palabras clave: (dis)information; impact; democracy; social networks; media and political context.

¹ Universidade de Taubaté

Autor Correspondente: Luiz Guilherme de Brito Arduino

E-mail: luizgui14@gmail.com

Recebido em 08 de Março de 2025 | Aceito em 13 de Novembro de 2025.

INTRODUÇÃO

Segundo um levantamento realizado pela *We Are Social* e pela *HootSuite*¹, documentado no *Digital 2023 Global Overview Report*, atualmente, existem 5,16 bilhões de usuários de internet no mundo, o que significa que 64,4% da população total do mundo está online. Os dados também evidenciam que o total global de usuários da internet aumentou 1,9% de 2022 para 2023. Outro item importante que reforça essa tendência global da conexão por meio das plataformas digitais é de que existem 4,76 bilhões de usuários de mídia social em todo o mundo, o que equivale em média a 60% da população mundial. Os dados dessa pesquisa apontam ainda que a cada 10 usuários da internet, quase 06 buscam recursos online para (a) se informar, (b) para ter contato com amigos e familiares; (c) manter-se atualizado com notícias e eventos atuais e (d) para assistir a vídeos como entretenimento.

Especificamente no Brasil, de acordo com a *Comscore MMX Multiplataforma*², há uma crescente evolução no consumo de internet, chegando a 131.5 milhões de usuários conectados. Nesse cenário, as mídias sociais ocupam o primeiro lugar em relação a plataformas digitais de conteúdo consumidos na internet e o Brasil é o terceiro maior país consumidor de mídias sociais no mundo, sendo 131.506 milhões de contas ativas. Já em relação às principais mídias sociais acessadas no Brasil, segundo a *Comscore MMX Multiplataforma*, o *Youtube*, o *Facebook* e o *Instagram* se destacam, sendo as três mais acessadas, seguidas do *Tik Tok*, *Kwai*, *X (Twitter)*, *Pinterest* e *LinkedIn*.

Levando em consideração essas informações, é perceptível que as mídias sociais são ferramentas relevantes para a divulgação de informações e para a disseminação de desinformação. Segundo o estudo *Fake news, filter bubbles, post-truth and trust*, divulgado pelo Instituto Mundial de Pesquisa (IPSO)³ e pelo Tribunal de Justiça do Paraná (TJPR) em 2018, 62% dos entrevistados do Brasil admitiram ter acreditado em notícias falsas, valor acima da média mundial que é de 48%. Outro dado considerável é do Relatório de Notícias Digitais do Instituto Reuters (*Reuters Institute Digital News Report*)⁴, o qual evidenciou o *Facebook* e o *WhatsApp* como as principais redes sociais de discussão e troca de notícias no país. Além disso, o levantamento indicou que 48% dos brasileiros que participaram da pesquisa usam as redes sociais como fonte de notícias.

Outro exemplo que pode ser citado, referente à pandemia da *Covid-19*, é o da notícia falsa intitulada “Vacinas contra a *Covid-19* são mais perigosas que o próprio vírus” disseminada nas redes. Notificada pelo aplicativo “Eu Fiscalizo”, idealizado pela pesquisadora Claudia Galhardi, com base em seu projeto de pós-doutorado na Escola Nacional de Saúde Pública (ENSP), em uma matéria no site do ENSP, essa e outras *fake news* foram verificadas e desmentidas a partir de dados científicos.

Ambos os casos nos ajudam a compreender, ainda que de forma breve, o cenário midiático vivenciado recentemente e demonstra que estamos inseridos em uma sociedade que se mostra cada vez mais conectada e que consome informação pelas redes sociais. A conexão por meio das plataformas digitais é uma realidade que se mostra muito duradoura, tanto pela perspectiva social (como as relações estabelecidas por meio das mídias sociais), quanto pela perspectiva mercadológica (que investe cada vez mais em anúncios e

1 Digital 2023 Global Overview Report v01. Disponível em: https://datareportal.com/reports/digital-2023-globaloverviewreport?utm_campaign=Digital_2023&utm_content=Article_Hyperlink&utm_medium=Article&utm_source=DataReportal. Acesso em: 20 nov. 2024.

2 Comscore MMX Multiplataforma – Jan/19 a Dez/22 – Brasil. Disponível em: <https://static.poder360.com.br/2023/03/Tendencias-de-Social-Media-2023-1.pdf>. Acesso em: 20 nov. 2024.

3 Informação disponível em: <https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/news/documents/2018-09/fake-news-filter-bubbles-post-truth-and-trust.pdf>. Acesso em: 17 jun. 2024.

4 Informação disponível em: https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2020-06/DNR_2020_FINAL.pdf. Acesso em: 17 jun. 2024.

ferramentas digitais para alavancar exponencialmente a vendas de produtos). Ademais, este cenário pode impactar a democracia, devido ao alcance amplo da disseminação da desinformação nas redes.

Assim, este texto⁵ tem como objetivo compreender o contexto midiático e político vivenciado nos últimos anos em relação ao consumo de informação pelas redes sociais. Especificamente, busca-se discutir possíveis problemas como o vício nas redes sociais; bolhas de filtro e algoritmos; a responsabilidade das empresas e os impactos negativos das suas plataformas, que reverberam e impactam a democracia na Era Digital.

Como procedimentos metodológicos, esta pesquisa se configura como exploratória, de caráter qualitativo, a partir de uma revisão de literatura e documental, com análise interpretativista dos dados levantados em portais de notícias e de outros estudos científicos.

A divisão deste artigo contempla duas seções: o consumo de (des)informação na Era digital; e as redes sociais na esfera política e o seu impacto para a democracia. No final da pesquisa, são apresentadas as considerações finais e as referências bibliográficas.

1. DESENVOLVIMENTO

1.1. O CONSUMO DE (DES)INFORMAÇÃO NA ERA DIGITAL

A Quarta Revolução Industrial, ou Indústria 4.0, surgiu nas últimas décadas do século XX e início do XXI e é considerada a atual fase da Revolução Industrial. Ela se caracteriza pela redefinição da sociedade ao integrar avançadas tecnologias, como a inteligência artificial, as impressoras 3D, drones, nanotecnologia, neurotecnologia, internet das coisas, realidade aumentada, transgenia e veículos autônomos.

Nesta fase, há o crescente volume de dados gerados por dispositivos digitais e sistemas que levaram ao desenvolvimento de técnicas avançadas de análise de dados, como *machine learning* e a inteligência artificial. Também há o crescimento da economia digital, com a expansão do comércio eletrônico, negócios digitais com serviços de *streaming*, plataformas de compartilhamento e modelos de negócios baseados em assinatura, que resultou na mudança da forma em que as pessoas consomem produtos e serviços, bem como a maneira como as empresas operam e se relacionam com os clientes (Karl Schwab, 2016).

O avanço das tecnologias e da internet acarretou mudanças nos hábitos de consumo das pessoas, ampliando o uso de aplicativos para comprar e para se informar. A informação que antes era acessível apenas em rádio, televisão, jornal impresso e revista, passou a estar à disposição a poucos cliques em um aparelho celular. E se antes a informação era criada, predominantemente, pelas redações jornalísticas e por profissionais da área, hoje, qualquer pessoa pode criar e divulgar qualquer tipo de informação nas suas redes sociais e na internet. Esse cenário marca a Era Digital.

É importante mencionar que Santaella (2021, 2022) disserta que entramos nessa era com a predominância do *big data*, da explosão de dados, que também podemos chamar de segunda idade da internet, ou seja, a passagem da digitalização para o império dos dados. Em complemento e de forma crítica, Rushkoff (2012, p. 16-17), ressalta que nós seres humanos estamos replicando a nossa própria função de cognição por meio de mecanismos externos, em que computadores fazem mais do que usurpar o valor do pensamento humano, pois as nossas tarefas, que antes precisavam e precisam de raciocínio e concentração, agora são delegadas às máquinas, que pensam e executam por nós.

5 A presente pesquisa trata-se de um recorte de uma pesquisa de doutorado do autor que buscou estudar o cenário comunicacional e midiático para propor um projeto de divulgação científica.

Assim, é um fato que as redes sociais se tornaram fonte de (des)informação⁶ em caráter populacional. Um levantamento feito pelo *Capterra* (plataforma de comparação de softwares para empresas) e divulgado pelo portal de notícias Estado de Minas⁷, apontou que 62% dos brasileiros já compraram algum produto pelas redes sociais e que 60% se sentem influenciados pelos anúncios pagos.

Entretanto, considera-se importante o olhar crítico para esse cenário de grande expansão e consumo de informações pelas redes sociais. O documentário *O Dilema das Redes* (2020)⁸, dirigido por Jeff Orlowski e disponível na plataforma de *streaming* Netflix, expõe os impactos negativos e envoltos das redes sociais e das plataformas digitais. Com entrevistas com antigos executivos e gestores de grandes empresas de tecnologia, como *Google*, *Facebook*, *X (Twitter)* e *Instagram*, o documentário revela os bastidores dessas plataformas e alerta sobre os perigos de sua manipulação, destacando alguns tópicos importantes como: vício nas redes sociais; a privacidade da informação; algoritmos das redes sociais; a responsabilidade das empresas e os impactos negativos das suas plataformas; as redes sociais na esfera política e com o seu impacto para a democracia.

Conforme Brites, Amaral e Catarino (2018), é importante destacar que que, no contexto da disseminação da desinformação, as tecnologias digitais – especialmente por sua velocidade – tendem a popularizar as *fake news*. De acordo com Delmazo e Valente (2018), a fabricação de *fake news* é um fenômeno antigo que, nos últimos tempos, disseminou-se com o advento das redes sociais (elemento facilitador) e acentuado pela era da pós-verdade. Delmazo e Valente (2018), afirmam que as *fake news* ganharam visibilidade pela capacidade de influenciar sistemas políticos e processos eleitorais, resultando em uma intensa polarização política.

Arduino e Moraes (2019) ao discutirem sobre as *fake news* atentam à discussão das notícias falsas como um recurso de propagabilidade, ao transmitir uma informação falsa com o objetivo de manipulação social. Nessa perspectiva, a propagação da informação, segundo Sampaio (2013), é uma ferramenta poderosa que pode proporcionar benefícios para quem a utiliza. No entanto, ela é, ao mesmo tempo, muito perigosa se for mal utilizada, já que difundir uma informação implica, também, difundir um conceito, uma mensagem, uma ideia ou uma doutrina. Esse processo opera ativamente, gerando mudanças de pensamento e, possivelmente, mudanças de comportamento.

Mediante o exposto, a seguir, são discutidas algumas problematizações mencionadas relacionando-as com acontecimentos vivenciados no Brasil nos últimos anos.

6 A desinformação tem um sentido amplo pois abarca as diferentes formas de difusão de informações mentirosas pela internet e fora dela. Para compreendermos sobre a desinformação, recorremos a Wardle e Derakhshan (2017) que referem-se a “information disorder” ou desordem da informação, como um discurso propagado que condiz com três perspectivas: a primeira é a Mis-information (ou informação incorreta), a qual pode ser definida como uma informação falsa compartilhada que não tem a intenção de prejudicar ninguém; a segunda trata-se da Dis-information (ou desinformação), definida como uma informação falsa, produzida deliberadamente com a finalidade de maleficar uma pessoa, um grupo social, uma organização ou um país; e por fim, a terceira Mal-information (má informação ou informação do mal), indicada como uma informação baseada na realidade que tem o intuito de deteriorar a imagem do outro (WARDLE & DERAKHSHAN, 2017, p. 20).

7 Disponível em: https://www.em.com.br/app/noticia/economia/2022/08/22/internas_economia_1388159/pesquisa-revela-comportamento-de-consumo-dos-brasileiros-nas-redes-sociais.shtml. Acesso em 18.fev.2024.

8 Disponível em: <https://www.netflix.com/br/title/81254224>. Acesso em 18.fev.2024.

1.2. VÍCIO NAS REDES SOCIAIS

O primeiro tópico para a discussão é de como as redes sociais são projetadas para serem viciantes, com algoritmos que buscam manter os usuários engajados o máximo de tempo possível, pois quanto maior o tempo e o consumo de informação, maior a lucratividade das plataformas.

Segundo uma matéria realizada pela CNN Brasil⁹, em 2021, as redes sociais ativam regiões do cérebro relacionadas à sensação de desejo que aguçam a sensação de “querer mais”. Por meio de um algoritmo, o sistema das mídias sociais detecta padrões de comportamento e de consumo dos indivíduos que a utilizam e, com essas informações, direcionam cada vez conteúdo para que estes indivíduos consumam mais informações e permaneçam na rede social.

Outro portal de notícia que abordou este tema foi o El País¹⁰. Em sua reportagem há a informação de que, segundo o Instituto Superior de Estudos Psicológicos da Espanha, a dependência tecnológica ou dependência sem droga, atinge, especialmente, os adolescentes que, quando abusam das redes sociais, experimentam a síndrome de abstinência, mal-estar emocional, disforia, insônia, irritabilidade e inquietação. Não se trata apenas do público jovem, pois os adultos também são provocados a obter um afastamento da vida real, ansiedade, redução da autoestima e perda da capacidade de autocontrole. Esse vício pode ter consequências negativas para a saúde mental, levando a problemas como ansiedade, depressão e baixa autoestima, especialmente entre os jovens.

Conforme um estudo realizado por Ferreira et al (2020), cujo objetivo era de identificar evidências científicas acerca da influência do uso da internet na saúde biopsicossocial do adolescente, foi averiguado que há uma relação multifacetada do adolescente com a internet, pois ela envolve uma trama de interações, propiciando comportamentos e atitudes variadas que refletem em sua saúde. Na pesquisa mencionada, foram evidenciados possíveis prejuízos à saúde biopsicossocial dos adolescentes na forma de comportamentos aditivos, uso de drogas lícitas e ilícitas, sedentarismo e *cyberbullying*. Também foram comprovados benefícios à saúde, como possibilidades de enfrentamento de doenças crônicas e redução do sobrepeso, mediante o acesso a informações e ferramentas terapêuticas disponibilizadas nas redes.

Para Fidalgo (2018), o impacto das redes sociais na saúde está relacionado com a ansiedade social, cuja demonstração do anonimato e da manipulação da forma como o próprio indivíduo se apresenta perante os outros, no ambiente digital, ajuda a acobertar sinais evidentes de ansiedade que, numa interação presencial, não seria fácil de esconder. Segundo o estudo da autora, embora a comunicação online possa reduzir a ansiedade a curto prazo, a longo prazo ela pode afetar a capacidade de comunicação offline.

9 A matéria mencionada não apresenta informações de estudos científicos, porém apresenta informações sobre o tema do vício das redes sociais considerando análises de especialistas como o médico Mitch Prinstein, diretor científico da Associação Americana de Psicologia (APA), Carolina Vidal, professora assistente de psiquiatria da Escola de Medicina da Universidade Johns Hopkins e Enrique Pumar, sociólogo da Universidade de Santa Clara, na Califórnia. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/tecnologia/carencia-por-like-esta-quimicamente-relacionada-ao-vicio-alerta-especialista/>. Acesso em 01.out.2024.

10 Disponível em: <https://brasil.elpais.com/estilo/2020-10-12/vicio-em-redes-sociais-dispara-na-pandemia-cinco-jeitos-de-recuperar-o-controle-e-se-desintoxicar.html>. Acesso em 01.out.2024.

1.3. A PRIVACIDADE DA INFORMAÇÃO

O segundo tópico é sobre a privacidade online e como as empresas de tecnologia coletam e utilizam os dados dos usuários para direcionar anúncios e personalizar o conteúdo. Isso levanta preocupações sobre a segurança dos dados pessoais e o potencial de manipulação por parte das empresas e de terceiros.

No Brasil, duas leis são importantes e contribuem para que os dados das pessoas na internet sejam utilizados de forma consciente e responsável pelas empresas. A primeira delas é o Marco Civil da Internet, Lei 12.965, de 2014¹¹ criada com o objetivo de estabelecer o direito ao exercício da cidadania nos meios digitais, além da diversidade e da liberdade de expressão na internet. Sancionado em 23 de abril de 2014 pela ex-presidente Dilma Rousseff (PT), um dia após sua aprovação pelo Senado, o marco foi reconhecido como uma legislação inovadora e de referência internacional. A lei surgiu a partir da necessidade da proteção da privacidade e de dados pessoais na internet.

O Marco Civil da Internet prevê alguns princípios importantes como (1) a proteção da privacidade e dos dados pessoais como direitos e garantias dos usuários de internet; (2) a inviolabilidade e o sigilo das comunicações privadas armazenadas, salvo por ordem judicial. Caso o responsável pela empresa se recuse a fornecer os dados solicitados, por determinação judicial, poderá responder pelo crime de desobediência, previsto no artigo 330 do Código Penal.

Após quatro anos da criação da referida lei, foi criada a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD)¹² de número 13.709, sancionada pelo ex-presidente Michel Temer (MDB) e aprovada em agosto de 2018 com vigência a partir de agosto de 2020. Com esta lei, há a criação de um cenário de segurança jurídica, com a padronização de normas e práticas para promover a proteção, de forma igualitária e dentro do país e no mundo, aos dados pessoais de todo cidadão que esteja no Brasil.

A LGPD tem como principal objetivo proteger os direitos fundamentais de liberdade e de privacidade e o livre desenvolvimento da personalidade do indivíduo. A lei traz várias garantias ao cidadão, como: poder solicitar que os seus dados pessoais sejam excluídos; revogar o consentimento; transferir dados para outro fornecedor de serviços, entre outras ações.

Cabe mencionar ainda que a lei protege dados pessoais (como nome, e-mail, telefone, data de nascimento e CPF) e dados sensíveis (como origem racial ou étnica, convicções religiosas ou filosóficas, opiniões políticas, filiação sindical, questões genéticas, biométricas e sobre a saúde ou a vida sexual) dos usuários. Especificamente em relação aos dados sensíveis, estes possuem regras mais restritivas do que os dados pessoais, uma vez que podem trazer implicações mais impactantes aos cidadãos, como perseguição por motivos de orientação sexual ou religião.

Para a fiscalização a LGPD, o Brasil conta com a Autoridade Nacional de Proteção de Dados Pessoais (ANPD), instituição essa que tem como objetivo regular e orientar, sobre como aplicar a lei. Além disso, o texto também prevê a existência dos agentes de tratamento de dados e estipula suas funções, como por exemplo, nas organizações, deve controlar e tomar as decisões sobre o tratamento dos dados.

Com ambas as leis, há uma proteção sobre os dados dos indivíduos na internet, não permitindo que pessoas ou organizações públicas e privadas façam o uso delas de forma indevida, sem atualização ou ainda sem o consentimento do usuário. No entanto, ainda há lacunas importantes para a regulamentação das atividades realizadas na internet, como a disseminação viral das informações falsas e discursos de ódio que violentam a democracia brasileira.

11 Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/l12965.htm. Acesso em: 01 jun. 2024.

12 Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/l13709.htm. Acesso em: 01 mai. 2024.

1.4. BOLHAS DE FILTRO E ALGORITMOS DAS REDES SOCIAIS

Outro item importante a ser discutido diz respeito aos algoritmos das redes sociais que são projetados para maximizar o engajamento, mostrando conteúdos que provocam reações emocionais intensas, mesmo que negativas. Isso é um dos fatores que levam à disseminação de desinformação, teorias da conspiração e polarização política, alimentando bolhas de filtro e ampliando as divisões sociais.

Neste sentido, Cesarino (2021) explica que os algoritmos não controlam os usuários de forma linear como geralmente pensamos (em relação a causa e efeito), mas que seus efeitos sociais só podem ser visualizados de maneira indireta porque consistem na desestabilização das estruturas que organizam o ambiente político, científico, legal e midiático. É assim que as crises de confiança na democracia, na ciência e na mídia profissional podem ser encaradas como parte de um mesmo dilema.

Segundo Pariser (2012), ao discutir sobre as bolhas de filtro organizada pelos algoritmos, é necessário compreender uma questão chave: a personalização. Para o autor, essa personalização de fluxos de informação e conteúdo são formados por dados que colocamos na internet, seja ao acessar um vídeo, fazer uma compra ou até mesmo curtir e compartilhar uma postagem.

O código base da internet trata-se da nova geração de filtros online que examina o que aparentemente gostamos e o que fazemos e, com essas informações, são indicados produtos, conteúdos entre outras coisas parecidas para nós. Pariser (2012) explica que “são mecanismos de previsão que criam e refinam constantemente uma teoria sobre quem somos e sobre o que vamos fazer ou desejar seguir” (Pariser 2012, p.14). De maneira unificada, esses mecanismos criam um conjunto de informações exclusivas para cada um dos indivíduos, que o autor vai denominar como “bolhas dos filtros”.

Pariser (2012) também comenta que essas bolhas dos filtros trazem três novas dinâmicas: a primeira delas, infere-se que as pessoas estão sozinhas em suas bolhas, ou seja, as informações partilhadas pelos algoritmos são direcionadas de forma individual aos usuários. A partir das suas experiências, as informações e os anúncios chegam às pessoas, estabelecendo uma relação entre indivíduo e a informação direcionada. No final, é sempre o indivíduo e a sua bolha de filtro informacional.

A segunda é sobre a invisibilidade dos filtros. Por não escolhermos os critérios que os sites utilizam para filtrar diversos assuntos, é questionável se as informações que chegam a nós usuários são imparciais, objetivas e verdadeiras. Quando estamos na nossa bolha, é possível não enxergarmos a parcialidade das informações, pois recebemos apenas de um tipo: das quais gostamos, temos interesse ou concordamos. Quando realizamos uma pesquisa nos buscadores, como o *Google*, por exemplo, não há uma demonstração de transparência, considerando que ele não faz uma curadoria pelo conteúdo em si, mas indica sites e informações que tiveram um maior número de visitas e de acesso na internet. Não se sabe os mecanismos de curadoria e verificação da plataforma, uma vez que ela mostra apenas os resultados de informações para nós. Neste sentido, Pariser (2012) reforça o questionamento sobre a falta de transparência e de uma verificação das informações que são entregues para nós usuários.

Por fim, a última dinâmica apresentada por Pariser (2012) é a não escolha de optar por entrar em uma bolha. Quando consumimos uma informação, seja assistindo TV ou rolando o *feed* do *Instagram*, não temos uma percepção de quais dados são gerados para a criação de filtros pelos algoritmos.

Em complemento, Pariser (2012) já dissertava sobre essa relação entre as informações e os impactos políticos, que podem ser uma ameaça à democracia. O autor discorre sobre a busca da relevância que gerou gigantes da internet, motivadores às empresas acumularem dados sobre a população para utilizar, adaptar e monitorar secretamente as múltiplas experiências no ambiente online de forma personalizada. Isso resulta em consequências sobre o modo pelos quais consumimos notícias e tomamos decisões políticas (Pariser, 2012, p.46).

Além dessas bolhas de filtros, com custos pessoais e culturais resultando em consequências diretas para uma sociedade que utiliza esses filtros personalizados, o contexto social e situacional também pode potencializar o consumo e o uso deles. Um exemplo que pode ser citado é em relação à pandemia da *Covid-19* que, segundo a pesquisa Dieta de Mídia na Pandemia disponibilizada no site *InternetLab*)¹³, reúne dados relevantes sobre as alterações no consumo de mídia de brasileiros e brasileiras. As formas de entretenimento e busca por informação pela internet mudaram, com 86% de usuários de internet utilizando esse meio para ouvir música; 90% para assistir vídeos, programas, filmes ou séries; 70% para ler jornais, revistas ou notícias e 66% para acompanhar transmissões de áudio ou vídeo em tempo real, tendo um aumento em todas essas categorias em comparação a 2019. Nesse período, as plataformas digitais tiveram que evoluir com suas capacidades de análise de dados e filtros de bolhas para entregar informações e produtos consumidos de forma predominantemente pela internet.

1.5. A RESPONSABILIDADE DAS EMPRESAS E OS IMPACTOS NEGATIVOS DAS SUAS PLATAFORMAS

Outro tópico importante e já mencionado anteriormente, é em relação às questões sobre a responsabilização das empresas de tecnologia na mitigação dos impactos negativos das suas plataformas. A discussão sobre a função social e democrática dessas empresas em fazer o suficiente para proteger os usuários e se deveriam ser regulamentadas de forma mais rigorosa para garantir a segurança e a integridade das redes sociais, vem se intensificando nos últimos anos.

Neste sentido, cabe mencionar que, no Brasil, houve uma movimentação do Projeto de Lei 2630/20 (Lei Brasileira de Liberdade, Responsabilidade e Transparência na Internet) criado pelo Senador Alessandro Vieira (MDB-SE) aprovado pelo Senado Federal do Brasil, votado na Câmara dos Deputados no dia 02 de maio de 2023. O Projeto de Lei estabelece normas relativas à transparência de redes sociais e de serviços de mensagens privadas, sobretudo no tocante à responsabilidade dos provedores pelo combate à desinformação e pelo aumento da transparência na internet, à transparência em relação a conteúdos patrocinados e à atuação do poder público, bem como estabelece sanções em caso do descumprimento da lei.

Em resposta e oposição à Proposta de Lei, abril de 2023, a *Google* utilizou a sua plataforma para levar informação às pessoas sobre mentiras e verdades que estavam sendo discutidas sobre a proposta. Ao clicar no link intitulado *O PL das Fake News pode aumentar a confusão sobre o que é verdade ou mentira no Brasil*, o internauta era direcionado para um artigo que a *Google* apresentava argumentos sobre como esse projeto poderia contribuir para a desinformação da população.

13 Disponível em: <https://internetlab.org.br/pt/pesquisa/o-que-mudou-em-nosso-consumo-de-informacoes-durante-apandemia/#:~:text=O%20consumo%20de%20m%C3%ADdias%20tradicionais,1%25%20no%20final%20de%20abril>. Acesso em 01.jul.2024.

Figura 01 – Texto divulgado pela Google sobre o PL das Fake News



Fonte: Disponível em: <https://blog.google/intl/ptbr/novidades/iniciativas/pl2630-2/#:~:text=O%20PL%20das%20Fake%20News,o%20ambiente%20digital%20no%20Brasil>. Acesso em: 28 de junho de 2024.

É importante mencionar que o texto da lei em tramitação no Congresso Nacional objetiva criar medidas de combate à disseminação de conteúdo falso nas redes sociais, tais como *Facebook*, *Instagram* e *X (Twitter)*, além dos serviços de mensagens privadas, como *WhatsApp* e *Telegram*. Com o posicionamento da *Google*, o então ministro da Justiça e Segurança Pública à época, Flávio Dino, encaminhou um pedido à Secretaria Nacional do Consumidor a denúncia, resultando, posteriormente, a retirada do *link* na plataforma.

Figura 02 – Post no Instagram do Ministro Flávio Dino referente ao ataque do PL2630 feito pela Google



Fonte: Instagram. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CrtuCr-JY4A/>. Acesso em: 07 de maio de 2023.

Além do posicionamento contrário à proposta do PL feito pelas empresas de mídias sociais, lideranças políticas apoiadoras do ex-presidente da República Jair Messias Bolsonaro também se demonstraram desfavoráveis ao projeto de lei. Um dos deputados mais críticos à proposta é o Nikolas Ferreira (PL) que entende o texto como uma censura por estabelecer que uma entidade de fiscalização deva ser criada, formada por uma comissão pertencente ao Poder Executivo Federal, representado pelo atual presidente da República, Luiz Inácio Lula da Silva (PT). No entendimento do deputado, o governo poderia fiscalizar e censurar quaisquer opiniões de posições divergentes nas redes sociais e que assuntos como ataque ao Estado Democrático de Direito, bem como a violência de gênero e discriminação (racial, de gênero e religiosa) são temas subjetivos e que não poderiam ter uma imposição ideológica¹⁴.

14 Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=Hgjlbnw-lqs>. Acesso em 18.fev.2024

Segundo um estudo¹⁵, realizado por pesquisadores do Laboratório de Estudos de Internet e Mídias Sociais (NetLab), da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ) e divulgado pela Pública - agência de jornalismo investigativo, existem narrativas falsas coordenadas pela extrema direita nas redes contra o projeto. O objetivo foi de identificar como o PL das *Fake News* foi alvo de desinformação nas diferentes plataformas.

Esse estudo aponta que a campanha criada contra o PL das *Fake News* foi organizada, orquestrada e pensada por lideranças políticas apoiadoras do ex-presidente da República Jair Bolsonaro. A falsa ideia de uma censura “orquestrada” por apoiadores do atual governo (Governo Lula), oportunizou usos ilícitos de criminosos e usos das redes para a manipulação eleitoral, além da opinião pública durante o período eleitoral de 2022.

Pelo fato de o atual presidente do Brasil, Luiz Inácio Lula da Silva, apoiar o referido projeto de lei, ele foi alvo de acusações e mentiras disseminadas por deputados de extrema direita, como é o caso de uma postagem feita pela Deputada Carla Zambelli (PL), material analisado pelo estudo da NetLab.

Figura 03 – Fake News sobre o PL 2630 disseminado por Carla Zambelli (PL)



Fonte: Disponível em: <https://apublica.org/2023/04/bolsonaristas-planejaram-nas-redes-um-movimento-de-boicote-a-pl-das-fake-news/#>. Acesso em: 07.fev.2024.

As análises de acusações falsas apresentadas no estudo da UFRJ indicam que há uma percepção de que o Projeto de Lei 2630 é interpretado por alguns grupos como uma forma de censura, associada a estratégias de controle ideológico. O debate sobre o conteúdo do projeto é frequentemente substituído por críticas ao conceito de regulamentação, o que é visto como um meio de permitir a continuidade da disseminação de informações inverídicas para benefícios políticos e eleitorais por meio da propagação de conteúdo de ódio nas redes sociais.

Segundo a matéria divulgada no site do Senado Federal¹⁶, para o Ministro Alexandre de Moraes, Presidente do TSE e relator de investigação do STF sobre atos golpistas de 08 de janeiro de 2023, as atuais inovações em tecnologia da informação e acesso universal às redes sociais potencializaram a desinformação com a amplificação dos discursos antidemocráticos e de ódio. A falta de uma regulamentação e a inexistente responsabilização das redes sociais, juntamente com a ausência de transparência na utilização da inteligência

15 Disponível em: <https://apublica.org/2023/04/bolsonaristas-planejaram-nas-redes-um-movimento-de-boicote-a-pl-das-fake-news/>. Acesso em 18.fev.2024.

16 Disponível em: https://legis.senado.leg.br/sdleg-getter/documento?dm=8110634&ts=171217388930_8&disposition=inline. Acesso em 28.abr.2024

artificial e dos algoritmos, tornaram os usuários suscetíveis a uma manipulação política. Ainda nesta matéria, o autor do PL, senador Alessandro Vieira (MDB-SE), diz que a proposta é urgente, pois a sociedade está diante de um grande volume de informação sem transparência, prejudicando a democracia, mas também a saúde mental de crianças e adolescentes, por exemplo.

Em relação ao Projeto de Lei, caso entre em vigor, as plataformas deverão facilitar o rastreamento do envio de mensagens em massa e garantir a exclusão imediata de conteúdos inadequados, como os de teor discriminatório, ofensivo ou que ameacem crianças e adolescentes. Também serão fiscalizadas contas que direcionam um número grande de mensagens com o objetivo de coibir contas falsas e robôs. Neste caso, os provedores terão que limitar o número de contas vinculadas a um mesmo usuário, por exemplo.

O projeto aborda uma série de exigências para os aplicativos de mensagens, tais como a limitação do número de envios de uma mesma mensagem e o número de membros por grupo nesses aplicativos. Além disso, as empresas mantenedoras dessas redes sociais devem verificar se o usuário autorizou sua inclusão no grupo ou na lista de transmissão, além de desabilitar a autorização automática para inclusão em grupos e em listas de transmissões.

No que diz respeito à propaganda, seja por conteúdos pagos, seja por propaganda eleitoral, também há especificações. Entre elas, está a responsabilidade das plataformas em permitir às autoridades brasileiras o acesso remoto aos seus bancos de dados para atender às ordens judiciais e ter sede e representante legal no Brasil. Caso a legislação for descumprida, as plataformas poderão ser multadas em 10% do faturamento do grupo no Brasil e/ou ter suas atividades suspensas.

Em 2024, a regulamentação das redes sociais começou a ser julgada pelo Supremo Tribunal Federal (STF), sob as relatorias dos ministros Dias Toffoli, Luiz Fux e Edson Fachin. O julgamento tinha como propósito debater as regras para funcionamento das redes sociais e o regime de responsabilidade por conteúdos postados por usuários na internet. A discussão não foi avançada no Congresso por uma vultosa polarização sobre o tema.

Nessa perspectiva de promoção a uma democracia livre de informações falsas e polarizações ideológicas, ainda em 2024, o Supremo Tribunal Federal (STF) suspendeu o X (*Twitter*), de Elon Musk, em todo o País após a rede social se recusar a cumprir ordens judiciais que determinavam, entre outras exigências, o representante legal da empresa no Brasil e o bloqueio de perfis ligados ao ex-presidente Jair Bolsonaro acusados de disseminar notícias falsas. Após o X ficar temporariamente fora do ar no Brasil, em 20 de setembro, o X indicou um representante legal no Brasil.

Em 2025, mais especificamente no dia 07 de janeiro, o presidente *CEO* da Meta (empresa gestora do *Facebook*, *Instagram*, *Threads* e *WhatsApp*), Mark Zuckerberg publicou um vídeo em sua conta no *Instagram*¹⁷, explicando as mudanças na moderação das redes sociais da e afirmou que a Europa tem um número cada vez maior de leis, institucionalizando a censura e dificultando a criação de algo inovador por lá. Em suas palavras, “os países latino-americanos têm tribunais secretos que podem ordenar que as empresas retirem as coisas do ar silenciosamente. A única maneira de impedirmos essa tendência global é com o apoio do governo dos Estados Unidos da América”¹⁸.

As mudanças, nos Estados Unidos, citadas por Mark Zuckerberg, tratam-se de: (1) a Meta vai transferir para os usuários, a tarefa de verificar o que é fato e o que é *fake*, o que é verdade ou mentira, retirando

17 Disponível em: <https://www.instagram.com/p/DEhf2uTJU0/>. Acesso em 01.jan.2025.

18 O presidente da Meta não fez referência ao caso da suspensão do X (*Twitter*) diretamente, mas considerando os fatos e discussões internacionais acerca da regulamentação das redes, pode ser inferido e relacionado com os acontecimentos anteriores.

as ferramentas de checagem de fatos e combate a desinformação; (2) haverá mudanças nas políticas do *Facebook* e tirar restrições ao que pode ser postado; (3) diminuir a potência dos filtros que tiram conteúdo do ar, para focar apenas em conteúdo ilegal como tráfico de drogas, terrorismo ou abuso sexual; e (4) trazer de volta conteúdo político, considerando que o público está pedindo para ver mais publicações desse tipo.

No dia 08 de janeiro de 2025, em Brasília, durante cerimônia em favor da democracia (que relembrou os ataques golpistas à sede dos Três Poderes em 08 de janeiro de 2023), o ministro do Supremo Tribunal Federal (STF) Alexandre de Moraes afirmou que as redes sociais só continuarão a operar no Brasil se respeitarem a legislação do país.

No dia 12 de agosto de 2025, o presidente Luiz Inácio Lula da Silva anunciou que o Governo Federal trabalha na escrita de um projeto de lei voltado à regulamentação das *big techs* e das redes sociais no Brasil.

Compreende-se que o movimento regulatório no Brasil está se acentuando, assentando a responsabilidade das empresas e da sociedade com propostas legislativas, além da preocupação sobre desinformação, discursos de ódio e liberdade de expressão.

1.6. AS REDES SOCIAIS NA ESFERA POLÍTICA E O SEU IMPACTO PARA A DEMOCRACIA

A disseminação de notícias falsas e a manipulação de informações podem minar a confiança nas instituições democráticas, bem como comprometer o processo democrático de Direito e ser utilizadas para influenciar eleições e moldar a opinião pública.

É importante destacar que as redes sociais permitem que políticos alcancem eleitores em larga escala e interajam diretamente com o uso de postagens que possuam grande engajamento, ou seja, com muitas curtidas, comentários e compartilhamentos. Assim, o seu alcance na plataforma é maior, pois os algoritmos entendem que determinado conteúdo está obtendo uma performance positiva na rede e automaticamente é entregue para mais pessoas, organicamente pela rede.

Outro ponto a ser considerado é de que as redes sociais são ferramentas muito usuais na formação da opinião pública pelo fato de as pessoas frequentemente utilizarem plataformas como *X (Twitter)*, *Facebook* e *Instagram* para compartilhar notícias, artigos, opiniões e discutir questões públicas/políticas. Isso pode contribuir para moldar as percepções e influenciar as atitudes dos eleitores em relação a determinados candidatos, partidos ou questões políticas.

As redes sociais também podem ser utilizadas para espalhar desinformação, além de colaborar para uma propaganda política. Notícias falsas, teorias da conspiração e discursos de ódio podem se espalhar rapidamente pelas redes sociais e isso pode desestabilizar a confiança de uma parte da população no processo democrático, bem como distorcer a percepção da realidade entre os eleitores. Neste sentido, podemos citar alguns casos que a fim de exemplificar que, por meio das redes sociais, desinformações foram disseminadas para manipular e atacar candidatos políticos em campanhas eleitorais, como o *kit gay* e a perseguição aos cristãos.

O primeiro exemplo é sobre a *fake news* do *kit gay*¹⁹, disseminada por grupos conservadores no Brasil, em especial no ano de 2018. A suposta existência desse material foi um assunto fortemente (re)produzido nos discursos do então Deputado Federal Jair Messias Bolsonaro no período eleitoral de 2018, com o objetivo de

19 Outros autores discutem sobre a fake news do Kit Gay em estudos científicos, como Damasceno-Morais e Oliveira (2022), Menezes (2024), Santos (2018), Trotti1 e Lowenkron (2023).

influenciar a opinião política dos eleitores brasileiros. Conforme o estudo feito por Arduino e Lopes (2020), embora a manipulação das mentes não ocorra de modo automático, pois atravessa um complexo processo e depende de como o indivíduo processa o discurso, a *fake news* do *kit gay* obteve três objetivos políticos específicos: (1) deteriorar a imagem pública de Haddad, afetando-o negativamente no jogo eleitoral; (2) influenciar eleitores a votarem em Jair Bolsonaro, o suposto “salvador” das crianças e da família tradicional brasileira; e (3) condenar e deslegitimar a população LGBTI+ e a diversidade sexual e de gênero.

O segundo exemplo, também estudado por Arduino e Lopes (2024) à luz dos Estudos Críticos do Discurso, é sobre a *fake news* disseminada nas eleições de 2022, em que Luiz Inácio Lula da Silva é acusado de ter como plano de governo perseguir os cristãos, caso ganhasse as eleições. No dia 20 de agosto de 2022, o deputado estadual por São Paulo Gil Diniz (PL-SP), eleito em 2018 e que concorria à reeleição, realizou uma postagem de um vídeo que foi circulado nas redes sociais afirmando que Lula perseguiria as igrejas. O estudo de Arduino e Lopes (2024) que analisa a *fake news* mencionada, revela que esse tipo de conteúdo se configura como uma (re)produção discursiva de abuso de poder, visando dominação no processo eleitoral e trata-se de um ato de discurso que é ilegítimo, embora tenha se tornado estratégia comum utilizada pelas correntes políticas reacionárias.

Neste sentido, Moore (2022) disserta que a tecnologia, juntamente com a forma de utilizá-la, pode desestabilizar governos mundiais, hackeando-os na forma de pensar, de consumir e de se relacionar. Governantes autoritários mundiais que utilizam das tecnologias para controlar a internet e os seus usuários, com o objetivo de potencializar o seu poder, são considerados como um vírus que corrompe a democracia.

As redes sociais podem facilitar a disseminação de desinformação e a polarização política e isso pode trazer impactos para a democracia. Cabe mencionar ainda que Brites, Amaral e Catarino (2018) destacam que, no contexto da disseminação da desinformação, as tecnologias digitais – especialmente por sua velocidade – tendem a popularizar as *fake news*.

As estratégias de desinformação são utilizadas como oportunidade na era digital. A desinformação pode ter um impacto significativo na democracia, tendo em vista que (a) a distorção da realidade pode levar os cidadãos a tomarem decisões políticas com base em informações falsas ou distorcidas; (b) prejuízo à participação cidadã - considerando que, quando as pessoas são expostas à desinformação, a confiança nas instituições democráticas podem ser abaladas, corroborando o desencorajamento da participação da população ativa na política, como votar ou se envolver em debates políticos construtivos; (c) polarização e conflito - pode ampliar divisões sociais e políticas, alimentando a polarização e o conflito entre diferentes grupos dentro da sociedade; (d) manipulação eleitoral - a desinformação pode ser usada como uma ferramenta para influenciar eleições, manipulando a opinião pública e minando a integridade do processo democrático, como tem acontecido nos últimos anos.

Nesse contexto de constantes desinformações, devemos questionar sobre as informações que recebemos nas redes sociais. Quais são verdadeiras e confiáveis? Quais não são? Estamos falando de um regime de informação que, para Han (2022, p. 7), trata-se da forma de dominação na qual informações e seu processamento por algoritmos e inteligência artificial determinam decisivamente processos sociais, econômicos e políticos.

Han (2022) disserta ainda que a técnica digital da informação faz com que a comunicação se transforme em vigilância. Quanto mais dados são gerados, mais intensivamente nos comunicamos e mais a vigilância fica eficiente. Assim, nos regimes de informação, as pessoas não se sentem vigiadas, mas livres, tal sentimento de liberdade que assegura a dominação. A dominação se faz quando a liberdade e vigilância coincidem” (Han, 2022, p. 13). Um exemplo disso é a propagação da liberdade do Brasil a partir de uma conspiração do

mal, relacionada aos partidos e governos de esquerda, ou qualquer outro que tenha ideias próximas. Tal conspiração articulada com desinformação foi um dos temas da campanha eleitoral de Bolsonaro em 2018 que, utilizando massivamente as redes sociais, prometia um país livre.

No contexto atual da sociedade da informação, as pessoas não são meros espectadores passivos que apenas consomem entretenimento; elas são, também, produtores ativos que criam e consomem informações continuamente. Han (2022) discute que a adesão a esse regime é caracterizada pela constante comunicação de informações através das mídias digitais. O autor introduz o conceito de “infodemia”²⁰, definido como a disseminação e proliferação viral de informações. Nesse sentido, as mídias digitais facilitam a dominação informacional, e a chave para ampliar esse poder reside na posse das informações. Neste processo, observa-se uma degeneração da democracia.

Nessa premissa, Han (2022) apresenta um exemplo de um tuíte que contém uma informação falsa ou fragmentos de informações descontextualizadas. Tal comunicação tem mais possibilidade de ter efeito de compartilhamento nas redes sociais do que uma informação com um argumento fundamentado. Um exemplo que podemos mencionar foi de que, nas eleições de 2022, mensagens virais em grupos de extrema direita nas redes sociais associavam o presidente Lula ao tráfico internacional de drogas. Entre as principais palavras-chave e termos mais frequentes nessas publicações enganosas estavam: o PCC (Primeiro Comando da Capital), maior facção criminosa dentro e fora de presídios; um dos líderes do PCC, Marcos Willians Herba Camacho, o Marcola; as FARC (Forças Armadas Revolucionárias da Colômbia); o presidente da Colômbia, Gustavo Petro; e o Foro de São Paulo. Não somente isso, segundo a página Aos Fatos²¹ (plataforma jornalística de investigação de campanhas de desinformação e de checagem de fatos) às vésperas do primeiro turno, o site O Antagonista publicou um áudio supostamente interceptado pela Polícia Federal em maio de 2021, em que Marcola diz preferir Lula a Bolsonaro. A fala, retirada do seu contexto, foi replicada nas redes e pelo próprio ex-presidente Bolsonaro, à época, como uma suposta prova de que os criminosos queriam Lula como presidente para continuar com o crime organizado.

Tal acontecimento é justamente a exemplificação do que Han (2022) averigua sobre o regime da informação e sua relação entre a comunicação e a política. Os eleitores não são informados sobre o programa político de um partido ou candidato, mas o foco discursivo centraliza com propósitos manipulativos nas propagandas eleitorais e nas informações compartilhadas nas redes sociais dos candidatos. Desse modo, a Infocracia impulsionada por dados mina o processo democrático que pressupõe autonomia e liberdade de vontade de escolha da sociedade.

Para combater os efeitos prejudiciais da desinformação, visando à prevalência da democracia, é essencial promover a alfabetização midiática e informacional; incentivar a verificação de fatos; fortalecer as leis e regulamentações relacionadas ao uso das mídias e redes sociais; intensificar medidas, regras e punições em relação à propaganda política/eleitoral e o mal uso dela; o combate à manipulação por meio de informações falsas que atacam a honra de qualquer pessoa; o incentivo e apoio à produção científica e a divulgação dela; e o apoio ao jornalismo e portais de imprensa, além do jornalismo independente e que tem como o foco a checagem de informações. Além disso, é fundamental que os governos, as empresas de tecnologia e a sociedade civil trabalhem juntos para desenvolver estratégias abrangentes no combate à desinformação.

20 Cabe mencionar que o conceito de infocracia, para Han (2022), trata-se de uma crise da democracia no regime da informação. O caráter de curto prazo e o excessivo consumo da sociedade atual não trazem benefícios para a democracia. Han (2022) preleciona que “no interior do discurso, vive uma temporalidade que não se dá com a comunicação acelerada, fragmentada. É uma práxis que requer tempo (Han, 2022, p. 36)”. Em síntese, no regime da informação não há tempo para ação racional, pois a comunicação acelerada prova a racionalidade.

21 Como o bolsonarismo associou Lula ao PCC na véspera da eleição. Disponível em: <<https://www.aosfatos.org/noticias/como-o-bolsonarismo-associou-lula-ao-pcc-na-vespera-da-eleicao/>>. Acesso em: 07 de maio de 2023.

Conforme o estudo de Jesus-Silva (2024), a desinformação não é um fenômeno isolado, mas que faz parte de uma estratégia estrutural ligada às dinâmicas capitalistas contemporâneas, onde o lucro e o controle informacional se sobressaem à integridade da informação. Os autores Jesus-Silva (2024) e Delmazo e Valente (2018) corroboram com a discussão ao dissertarem que plataformas digitais desempenham um papel central na amplificação de conteúdos desinformativos, favorecendo a polarização social, a manipulação política.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente artigo buscou compreender o contexto midiático e político vivenciado nos últimos anos em relação ao consumo de (des)informação pelas redes sociais. Conforme os estudos científicos citados e discutidos, faz-se a reflexão de que as redes sociais, quando utilizadas na esfera política, podem causar impactos para a democracia, tal como influenciar eleições, como citados nos estudos de Arduino e Lopes (2020; 2024). Os fatores discutidos neste artigo, bem como os exemplos analisados, apontam para uma relevante e ampla reflexão e mobilização o avanço de uma regulamentação que preserve a democracia no Brasil.

Considera-se ainda que, devido aos acontecimentos documentados e revisão de literatura feita no presente texto, outros estudos corroboram para a discussão das problematizações levantadas, como Cesarino (2021), Dowbor (2024), Luiz (2023), Rodrigues, Bechara e Grubba (2020), Santaella (2024) e Silva e Prado (2024). A constante análise sobre o vício nas redes sociais; a privacidade da informação; algoritmos das redes sociais; a responsabilidade das empresas e os impactos negativos das suas plataformas; e as redes sociais na esfera política e com o seu impacto para a democracia não encerram no presente texto, mas reverbera outros estudos para explorar o assunto.

Mediante o exposto, compreende-se que, considerando o contexto atual da pós-verdade, as estratégias de desinformação são utilizadas como oportunidade na Era Digital. A desinformação pode ter um impacto significativo na democracia, tendo em vista que (a) a distorção da realidade pode levar os cidadãos a tomarem decisões políticas com base em informações falsas ou distorcidas; (b) prejuízo à participação cidadã - considerando que, quando as pessoas são expostas à desinformação, a confiança nas instituições democráticas podem ser abaladas, corroborando o desencorajamento da participação da população ativa na política, como votar ou se envolver em debates políticos construtivos; (c) polarização e conflito - pode ampliar divisões sociais e políticas, alimentando a polarização e o conflito entre diferentes grupos dentro da sociedade; (d) manipulação eleitoral - a desinformação pode ser usada como uma ferramenta para influenciar eleições, manipulando a opinião pública e minando a integridade do processo democrático, como tem acontecido nos últimos anos.

É importante levar em consideração a facilidade na disseminação e na proliferação viral de (des)informações, conforme Han (2022). As redes sociais atuam como ferramentas que facilitam a dominação informacional e precisam de uma regulamentação. Assim, observa-se uma degeneração da democracia. É fundamental que os governos, as empresas de tecnologia e a sociedade civil trabalhem juntos para desenvolver estratégias abrangentes no combate à desinformação.

Para combater os efeitos prejudiciais da desinformação, visando à prevalência da democracia, é essencial promover a alfabetização midiática e informacional; incentivar a verificação de fatos; fortalecer as leis e regulamentações relacionadas ao uso das mídias e redes sociais; intensificar medidas, regras e punições em relação à propaganda política/eleitoral e o mal uso dela; o combate à manipulação por meio de informações falsas que atacam a honra de qualquer pessoa; o incentivo e apoio à produção científica e a divulgação dela; e o apoio ao jornalismo e portais de imprensa, além do jornalismo independente e que tem como o foco a checagem de informações.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arduino, Luiz Guilherme de Brito; Lopes, Marildo de Oliveira. Lula vai perseguir cristãos? Manipulação Discursiva e Desinformação em fake news nas eleições presidenciais de 2022. **Caminhos em Linguística Aplicada**, v. 30 n. 1, 2024. Disponível em: <https://periodicos.unitau.br/caminhoslinguistica/article/view/3782>. Acesso em: 06 de jan. 2025.
- Arduino, Luiz Guilherme de Brito; Lopes, Marildo de Oliveira. Entre a comunicação e o discurso: poder e dominação em fake news do kit gay nas eleições presidenciais de 2018. In: RIBEIRO, Alexsandro Teixeira (org). **Inovação, comunicação e tecnologia**: arranjos e mutações em contexto de sociedade da informação. 1ed. Curitiba: Bagai, 2020, v. 1, p. 111-123.
- Arduino, Luiz Guilherme de Brito; Moraes, Vânia de. Fake news na atualidade: estudo da disseminação de notícias falsas como recurso de propagabilidade. In: SILVA, Marcelo Pereira da. (org). **Comunicação, mídias e educação**. 2 ed. Ponta Grossa, PR: Atena Editora, 2019. Disponível em: <https://www.atenaeditora.com.br/post-artigo/22902>. Acesso em: 23 jun. 2020.
- Brites, Maria J; AMARAL, Inês; Catarino, Fernando. A era das “fakenews”: o digital storytelling como promotor do pensamento crítico. **Journal of Digital Media & Interaction** Vol. 1, No. 1, p. 85-98, 2018. Disponível em: http://recil.grupolusofona.pt/bitstream/handle/10437/8949/2018_Brites_Amaral_Catarino_AEraDasFakeNews.pdf?sequence=1. Acesso em: 25 de mar. de 2024.
- Cesarino, Letícia. Pós-Verdade e a Crise do Sistema de Peritos: uma explicação cibernética. **Ilha**, Florianópolis, v. 23, n. 1, p. 73-96, 2021. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/ilha/article/download/75630/45501/289326>. Acesso em 06 de jan. 2025.
- Cesarino, Letícia. **O mundo do avesso**: verdade e política na era digital. São Paulo: Ubu Editora, 2022.
- Damasceno-Morais, Rubens; OLIVEIRA, Bruna Agapito de. Fake news como representação da violência: o caso do kit gay. **Revista Coralina**, Cidade de Goiás, vol. 3, n. 2, p. 135-157, dez./2021. Disponível em: <https://www.revista.ueg.br/index.php/coralina/article/view/11651>. Acesso em 06 de jan. 2025.
- Delmazo, Caroline; Valente, Jonas Chagas Lucio. Fake News nas redes sociais online: propagação e reações à desinformação em busca de cliques. In: **Media & Jornalismo: ética jornalística para o século XXI novos desafios, velhos problemas** (org. Carla Baptista e Alberto A. de Carvalho). Imprensa da Universidade de Coimbra, Coimbra University Press, N.º 32 Vol. 18, N.º 1, 2018. Disponível em: http://www.scielo.mec.pt/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S218354622018000100012. Acesso em 02 de ago. 2020.
- Dowbor, Ladislau. A sociedade na era digital: um outro modo de produção. **Núcleo de Estudos de Economia Catarinense – Centro Socio-Econômico da Universidade Federal de Santa Catarina**. Texto para discussão n058/2024. Disponível em: <https://necat.ufsc.br/td-058-2024-a-sociedade-na-era-digital-um-outro-modo-de-producao/>. Acesso em: 08 jan. 2025.
- Ferreira, Elisabete Zimmer; OLIVEIRA, Adriane Maria Netto de; MEDEIROS, Silvana Possani; GOMES, Giovana Calcagno; CEZAR-VAZ, Marta Regina; ÁVILA, Janaína Amorim de. A influência da internet na saúde biopsicossocial do adolescente: revisão integrativa. **Revista Brasileira de Enfermagem**, 73, 2020. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/reben/a/KMbfXJMxMnPYQV6QBkqjtZP/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em 01 de ago. 2024.
- Fidalgo, Jessica Marta Paiva. **O Impacto das Redes Sociais na Saúde Mental dos Jovens**. Dissertação de Mestrado Integrado em Medicina, Clínica Universitária de Psiquiatria e Psicologia Médica, Universidade de Lisboa, Lisboa, 2018. Disponível em: <https://repositorio.ul.pt/bitstream/10451/42224/1/JessicaPFidalgo.pdf>. Acesso em 01 de maio. 2024.
- Han, Byung Chul. **Infocracia**: digitalização e a crise da democracia. Trad. Gabriel S. Philipson. Petrópolis, RJ: Vozes, 2022.
- Jesus-Silva, Thiago Henrique de. Desinformação e economia política nas plataformas digitais. **LUMINA - Revista do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora**, v. 18, n. 3, p. 117-134, set./dez. 2024. Disponível em: <https://periodicos.ufjf.br/index.php/lumina/article/view/44963/28365>. Acesso em 05 de jan. 2025.
- Luiz, Thiago Cury. Desinformação e pós-verdade nas redes: negacionismo e teorias conspiratórias na concretude da vida. **Revista de Educação Pública**, v. 32, n. jan/dez, p. 586–612, 2023. Disponível em: <https://periodicoscientificos.ufmt.br/ojs/index.php/educacaopublica/article/view/15414>. Acesso em: 07 jan. 2025.

- Menezes, Carlos André Araújo. **Expressões de uma “vingança adiada”**: o kit gay e a mamadeira de piroca como movimentos performativos na linguagem. 2024. Tese (Doutorado em Letras) – Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão, 2024.
- Moore, Martin. **Democracia hackeada**: como a tecnologia desestabiliza os governos mundiais. São Paulo: Editora Hábito, 2022.
- Pariser, Eli. **O filtro invisível**: o que a internet está escondendo de você. Trad. Diego Alfaro. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.
- Rodrigues, Horácio Wanderlei; Bechara, Gabriela Natacha; GRUBBA, Leilane Serratine. Era Digital e Controle da Informação. **Revista Em Tempo**, v. 20, n. 1, nov. 2020. Disponível em: <https://revista.univem.edu.br/emtempo/article/view/3268>. Acesso em: 08 jan. 2025.
- Rushkoff, Douglas. **As 10 questões essenciais da era digital**: Programe seu futuro para não ser programado por ele. São Paulo: Saraiva, 2012.
- Santaella, Lúcia. **Humanos hiper-híbridos**. São Paulo: Paulus, 2021.
- Santaella, Lúcia. **Neo-humano**. A sétima revolução cognitiva do Sapiens. São Paulo: Paulus, 2022.
- Santaella, Lúcia. Diagnóstico do contemporâneo. **Estudos Avançados**, São Paulo, Brasil, v. 38, n. 110, p. 7–18, 2024. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/eav/article/view/229427>. Acesso em: 08 jan. 2025.
- Santos, Katiana Araújo dos. **Fake news na política**: o uso da narrativa do “kit gay” na construção da imagem de Jair Bolsonaro. 2018. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação Social) – Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Sociais Aplicadas, 2018.
- Sampaio, R. **Propaganda de A a Z**. 4ª ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2013.
- Schwab, Klaus. **A quarta revolução industrial**. São Paulo: Edipro, 2016.
- Silva, Thiago; Prado, Marcos Aparecido Rodrigues do. Alerta Vermelho: desinformação, pós-verdade e fake news uma ameaça constante a sociedade. **LOGEION: Filosofia da informação**, Rio de Janeiro, v. 11, n. 1, p. 1-16, e-7177, jul./dez. 2024. Disponível em: <https://observinter.al.org.br/index.php/siti/article/view/201>. Acesso em: 08 jan. 2025.
- Trotti, Bárbara Araújo; Lowenkron, Laura. Pânicos morais, sexualidade e infância: a fabricação do “kit gay” como artefato político na disputa presidencial de 2018 a partir da rede social Twitter. **Sexualidad, Salud y Sociedad** – Revista Latinoamericana, n. 39 / 2023. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/sess/a/q5rrcnY5bDHDLTf7qFk4BRL/#>. Acesso em 05 de jan. 2025.
- Wardle, Claire; DERAKHSHAN, Hossein. **Information disorder**: Toward an interdisciplinary framework for research and policymaking. Strasbourg: Council of Europe, 2017.

