

MÍDIA *MAINSTREAM*, CENSURA NA INTERNET E O DIREITO À INFORMAÇÃO: NOVOS PARADIGMAS E PROPOSTAS REGULATÓRIAS

MAINSTREAM MEDIA, CENSORSHIP ON THE INTERNET AND THE RIGHT TO INFORMATION: NEW PARADIGMS AND REGULATORY PROPOSALS

Lucila Gabriella Maciel Carneiro Vilhena
Cynara de Barros Costa

RESUMO

A censura no ambiente digital tem sido praticada por empresas privadas que entendem não ter o dever de observar os preceitos da Primeira Emenda à Constituição Norte-Americana. Tal Emenda, como sabemos, garante o pleno exercício da liberdade de expressão. Uma vez que essas empresas hoje são responsáveis por grande parte do fluxo de dados e de informações trocadas entre as pessoas de todo o mundo, tem aumentado os argumentos a favor de que elas sejam consideradas atores “quase estatais” e, portanto, obrigadas a proteger e respeitar a liberdade de expressão *on-line*. O presente artigo faz uma análise a partir do caso *Manhattan Community*, recentemente decidido pela Suprema Corte Norte-Americana, bem como um olhar para o futuro, visto que esta decisão certamente influenciará o reconhecimento (ou não) das chamadas *Bigtechs* como atores quase estatais para fins de observância à Primeira Emenda, bem como se propõe a discorrer sobre outras proposições que, no âmbito das democracias liberais, tratam tanto da questão regulatória quanto de propostas alternativas para proteger a liberdade de expressão e preservar a democracia.

Palavras-chave: Censura. Internet. Governança. Liberdade de Expressão.

ABSTRACT

Censorship in the digital environment has been practiced by private companies that understand that they do not have the duty to observe the precepts of the First Amendment to the North American Constitution. Such an Amendment, as we know, guarantees the full exercise of freedom of expression. Since these companies today are responsible for much of the flow of data and information exchanged between people around the world, there has been an increase in arguments in favor of being considered “quasi-state” actors obliged to protect and respect freedom of online expression. The present article analyzes the Manhattan Community case, recently decided by the North American Supreme Court, looking to the future since this decision will influence the recognition (or not) of the so-called Bigtechs as quasi-state actors for purposes of compliance with the First Amendment, as well as discussing other propositions that, within the scope of liberal democracies, deal with both the regulatory issue and alternative proposals to protect freedom of expression and preserve democracy.

Keywords: Censorship. Internet. Governance. Free Speech.

INTRODUÇÃO

Discorrer sobre o papel de atores como *Facebook* e *Youtube* na comunicação tem sido tema recorrente. Estes e outros atores privados, a chamada *mainstream media*, são responsáveis hoje pelos principais canais de comunicação e informação do mundo. É inegável que a forma como as pessoas escolhem manter-se informadas e próximas de amigos e familiares - ainda que estes se encontrem geograficamente distantes - mudou drasticamente na última década. A cada dia, milhares de pessoas aderem às plataformas digitais, uma enorme quantidade de conteúdo informativo é postado nas chamadas redes sociais, e conseqüentemente, a facilidade com que essas informações são compartilhadas, aliada à falta de um órgão editorial que realize o tratamento dos dados e analise criticamente a sua veracidade e pertinência, faz com que uma série de notícias falsas e de conteúdo ofensivo sejam publicadas livremente na Internet e estejam acessíveis em qualquer parte do mundo.

Diante dessas novas tecnologias e dos problemas que lhes são indissociáveis, as empresas responsáveis por esse novo meio de

comunicação têm optado pelo maior monitoramento dos conteúdos publicados em suas plataformas pelos seus usuários, o que gera grande discussão e muita controvérsia acerca de direitos como a privacidade e a liberdade de expressão. É nessa seara, então, que o presente trabalho está inserido.

Um caso interessante com grande destaque na mídia foi o de Alex Jones, um autor conhecido por publicar teorias conspiratórias como a de que o governo dos Estados Unidos estava envolvido nos ataques terroristas de 11 de setembro, ou que a vacinação de crianças causa autismo, por exemplo. Em agosto de 2018, a *Apple* retirou seus *podcasts* do ar e algumas das maiores plataformas de mídia do mundo (*YouTube*, *Spotify* e *Facebook*) removeram todas as suas páginas e *links*, fazendo-o perder o acesso direto a milhões de ouvintes e espectadores (S. M., 2018). As justificativas para tanto normalmente variavam entre o combate às *Fake News* e à prevenção aos discursos de ódio.

Da observância deste e de outros exemplos - como no caso de informações sobre a pandemia de COVID-19, ou de fraudes nas eleições norte-americanas - percebemos que essas grandes plataformas estão enfrentando cada vez mais pressão para eliminar conteúdo falso ou ofensivo. Tal pressão não decorre apenas de seus usuários, ela pode vir, também, de tentativas coordenadas de Governos e atores políticos, a fim de manipular a opinião pública, sobretudo com fins eleitorais.

Nesse sentido, a sociedade recebeu com bons olhos a notícia de que a Suprema Corte Norte-Americana aceitou conhecer de um caso que, embora não trate especificamente das empresas de comunicação da Internet, teve o condão de esclarecer a discussão sobre o papel dos atores não estatais e a sua vinculação à Primeira Emenda à Constituição dos Estados Unidos. Ou seja, foi discutido se a esses atores também é vedada a promoção da censura. Nesse sentido, podemos esperar alguma semelhança quando este tema for tratado especificamente quanto às redes sociais, embora defendamos não se tratar da mesma situação, visto que estas últimas são hoje reconhecidas como a praça pública da contemporaneidade (SCOTUS, 2017).

Nesse contexto, para alcançar seu objetivo, a presente pesquisa fará uma análise documental da doutrina, jurisprudência e de textos

normativos, mas sobretudo, de artigos científicos que abordam questões essenciais para este estudo. Contudo, como observamos, dada a atualidade do tema das redes sociais e a rapidez com que merece ser discutido, a investigação jornalística tem sido uma importante fonte de informação, principalmente porque os dados mais sensíveis referentes às empresas que operam na Internet não são divulgados por elas, o que dificulta um estudo científico mais aprofundado.

Por essas razões, também foi necessário recorrer a textos jornalísticos, pois são estes os que nos trazem melhores detalhes e dados mais atuais sobre a atuação dessas empresas, especialmente quanto aos seus bastidores. Um exemplo é a exposição de motivos sobre a elaboração das políticas das redes sociais, que mesmo com a leitura minuciosa dessas políticas, pouco ou nada entendemos sobre as razões que lhes dão suporte ou sobre conceitos importantes utilizados nelas. Portanto, recorreremos a matérias cujos dados foram colhidos por jornalistas através de incansáveis entrevistas com diretores e funcionários das empresas, bem como com outras pessoas com acesso a informações mais relevantes e que, não raro, pedem que seus nomes não sejam citados nas reportagens.

Essa abordagem foi necessária para tratar do tema da autorregulação das plataformas, já que o sistema de mídia norte-americano, classificado como Liberal, privilegia esse formato. Para além dessa perspectiva, no entanto, investigamos também outras propostas regulatórias em democracias liberais, levadas a cabo em países de sistemas distintos, tais como Alemanha e França, além de apresentar proposições alternativas aprovadas pela Comissão Europeia, no âmbito da União Europeia.

O CASO *MANHATTAN COMMUNITY ACCESS CORP. V. HALLECK*: UM OLHAR PARA O FUTURO

A Suprema Corte Norte-Americana concordou, no mês de outubro de 2018, em conhecer um caso que pode determinar, de maneira análoga, os rumos sobre a regulação da liberdade de expressão pelas mídias sociais. O caso *Manhattan Community Access Corp. v. Halleck* (caso nº 17-702) concentrou-se em averiguar se um operador privado de

uma rede de televisão com grande acesso ao público se equipara a um ator estatal e pode ser demandado por violações à Primeira Emenda à Constituição daquele país.

O presente caso trata de uma situação na qual dois produtores alegam ter sido punidos por expressarem suas opiniões políticas. Os produtores, DeeDee Halleck e Jesus Melendez, dizem que a *Manhattan Neighborhood Network* os suspendeu por expressarem pontos de vista críticos a esta rede de televisão. Apesar de o caso tratar do tema da liberdade de expressão e de informação no âmbito televisivo especificamente, certamente também terá implicações mais amplas no que toca às mídias sociais e outros meios de comunicação da modernidade.

Contudo, é importante ressaltar a diferença evidente entre as empresas televisivas e as redes sociais, pois, ao passo em que as primeiras contam com profissionais da informação, corpo editorial com responsabilidade civil e criminal sobre qualquer conteúdo divulgado, as redes sociais são hoje consideradas a praça pública moderna, visto que representam um ambiente supostamente livre onde qualquer pessoa pode emitir opiniões e precisamente por isso, não têm qualquer responsabilidade em razão de conteúdos postados em suas plataformas por seus usuários.

Dito isso, o debate jurídico no caso em apreço versou sobre a questão de saber se as empresas privadas, ainda que exerçam atividade de grande importância pública, têm a obrigação de respeitar os preceitos da Primeira Emenda à Constituição dos Estados Unidos, aquela que proíbe o Congresso de emitir qualquer norma restritiva à liberdade de expressão. Tal discussão nos parece alheia, uma vez que nossas doutrina e jurisprudência constitucionais reconhecem a eficácia horizontal dos direitos fundamentais, é dizer, a eficácia destes direitos perante terceiros, não apenas perante o Estado (MIRANDA, 2014). Sem embargo, nos Estados Unidos essa discussão é perfeitamente plausível, uma vez que o texto da Primeira Emenda determina expressamente ao Congresso a vedação de violação ao direito à livre manifestação do pensamento.

Com efeito, embora a Primeira Emenda se destine a proteger os cidadãos contra as tentativas do governo de limitar seu discurso, sabemos que há certas situações em que as empresas privadas podem estar sujeitas à responsabilidade desta norma. A própria Suprema Corte Americana, no

caso em estudo, reconheceu três hipóteses: quando a empresa desempenha uma função pública tradicional e exclusiva, quando o governo obriga a entidade privada a realizar uma ação específica, ou quando o governo atua em conjunto com a entidade privada.

Contudo, nenhuma dessas três hipóteses parece ter sido o caso da empresa televisiva MNN. A Corte considerou que tal ente privado, apesar de exercer um serviço essencial para o funcionamento da sociedade, não pode ser equiparado a um ente público, e, portanto, não tem o dever de observar os preceitos da Primeira Emenda à Constituição Norte-Americana em suas relações privadas (SCOTUS, 2019).

Isto posto, os desdobramentos deste e de outros casos nos farão perceber qual o impacto real dos novos meios de comunicação na liberdade das pessoas, e como essas grandes mídias se comportarão no futuro. É dizer, com a recente decisão da Suprema Corte em não reconhecer o dever das empresas televisivas de observar o direito à liberdade de expressão dos seus funcionários, que semelhanças podemos esperar em relação às redes sociais e às empresas que atuam na Internet?

Se por um lado, os dois casos guardam suas semelhanças, já que ambas prestam serviços de comunicação (a diferença é que uma presta o serviço da forma tradicional ou televisiva e a outra, via Internet); por outro lado, encontramos diferenças essenciais na forma de agir de ambos os modelos. Ao passo em que a rede de televisão é considerada uma mídia tradicional com corpo editorial e é constantemente responsabilizada pelo conteúdo publicado pelos seus jornalistas, a exemplo de ofensas, difamações, injúrias e etc.; as redes sociais, por serem consideradas espaço público e, supostamente, não terem órgãos editoriais e não controlarem o que é dito pelos usuários, não são responsáveis por quaisquer crimes ou ilícitos. Tudo isso conforme a legislação americana, como voltaremos a tratar em momento oportuno.

A situação acima demonstra a complexidade do tema, dada a dificuldade de se extrair dados sólidos e confiáveis por parte das empresas que atuam na Internet. Tais entes ora dizem não exercer atividade editorial, ora excluem conteúdo por considerá-lo *Fake News* ou discurso de ódio. Sem embargo, a despeito de estes serem problemas reais de nossa sociedade atual, e como tal, devem merecer a devida atenção do direito,

em nenhum momento são estabelecidos, por essas empresas, parâmetros transparentes quanto a esses temas.

Na verdade, o que nos parece é que essas empresas esperam que os usuários lhes deem um voto irrestrito de confiança sobre a forma como o conteúdo é publicado, sobre os critérios usados para o seu tratamento e sobre a eventual exclusão de tais informações, se assim for necessário. Esperam ainda que os usuários confiem seus dados pessoais, supostamente bem guardados sob sua responsabilidade, sem que precisem demonstrar qualquer evidência disso. Ou seja, o que se espera dos usuários é uma confiança irrestrita, a despeito da falta de transparência e das muitas evidências de abuso e desrespeito aos direitos fundamentais.

Nesse sentido, podemos encontrar uma explicação para essa divergência entre o discurso dos representantes das empresas e a realidade dos usuários, na obra de John Stuart Mill (2015, p. 35). Para este autor, há a percepção na mente de cada pessoa de que todos deveriam ser obrigados a agir como ela e como aqueles com quem simpatiza, pois suas opiniões sobre o que é louvável ou culpável são afetadas por todas as diversas causas que influenciam os seus desejos em relação à conduta dos outros, causas essas tão numerosas como as que determinam os seus desejos sobre qualquer outro assunto: por vezes sua razão, em outras ocasiões os seus preconceitos ou superstições; mas, mais comumente, os seus desejos ou medos em relação a si mesmos – o seu interesse próprio, legítimo ou ilegítimo.

Assim, o que nos pede o *mainstream* da mídia é que confiemos nele, pois pensa saber quais são os conteúdos saudáveis aos quais podemos ter acesso e quais deles são tóxicos e, por isso, não devemos conhecer. O problema é que esse chamado *mainstream* leva a cabo tal conduta segundo as suas próprias convicções e sentimentos, uma vez que essas grandes empresas se consideram os agentes adequados para a tão debatida governança da Internet. E como podemos perceber, como toda empresa privada, suas convicções e seus sentimentos não são movidos pelo respeito aos direitos fundamentais, mas sim, pelo lucro.

Todo o exposto nos leva a uma importante questão ainda sem solução. Quando as redes sociais surgiram, não se vislumbrava que elas se tornariam uma poderosa ferramenta de comunicação. É dizer, essas plataformas

nasceram com um intuito de servirem, de fato, como um ambiente livre e desregulamentado onde qualquer pessoa pudesse se comunicar. Contudo, a dimensão global alcançada por essa nova tecnologia fez com que outros problemas não esperados surgissem, como a propagação de notícias falsas ou caluniosas por robôs, para citar apenas um exemplo. Esses efeitos adversos acabaram por subverter o espírito livre das plataformas, trazendo uma necessidade de regulação que possa aliar o acesso à informação com o respeito a outros direitos fundamentais de igual valor. Resta concluir se tal regulação deverá se dar pelo Estado, pelas próprias empresas, ou pelos vários atores sociais em união de esforços.

OS ATORES NÃO ESTATAIS E O PROBLEMA DA CENSURA

Com o crescimento da comunicação na Internet e o aumento da velocidade em que as notícias se propagam nesse ambiente, percebemos também o aumento da moderação feita pelas empresas do conteúdo publicado em suas plataformas. Essa atividade deixa de ser vista como lateral e passa a ser uma atividade essencial para seus negócios. Cada uma dessas grandes empresas de comunicação elabora diferentes políticas, mas com um elemento em comum: tornar suas plataformas menos “tóxicas”, filtrando o conteúdo publicado e protegendo a liberdade de expressão (o que por si só, parece-nos um paradoxo).

Toda essa problemática tem chamado bastante a atenção da imprensa, que já passa a denominar as grandes plataformas digitais de “Ministérios da verdade”, pois nunca antes um número tão pequeno de empresas conseguiu controlar o que bilhões de pessoas ao redor do globo podem dizer, ouvir e ver (MARS, 2018).

Sobre o tema, um episódio interessante aconteceu numa audiência no Parlamento britânico em 2017: o *Twitter* disse ter renunciado oficialmente ao seu compromisso – até então inegociável - de liberdade de expressão. Nessa ocasião, o vice-presidente da plataforma anunciou que estavam abandonando a “filosofia estilo John Stuart Mill”, pois não seria mais possível defender todos os discursos possíveis na esperança de que a sociedade se tornasse um lugar melhor, e por isso, eles teriam que passar a tomar

medidas para limitar a visibilidade de símbolos de ódio, para banir pessoas da plataforma que se afiliassem a grupos violentos, e outras medidas. E assim, em setembro de 2018, o *Twitter* passou a adotar novas diretrizes proibindo o que chama de “discurso desumanizador” (MCHANGAMA, 2018), embora não explique minimamente o que isso significa.

Para além desses problemas, como sabemos, essas empresas enfrentam uma forte oposição do governo Donald Trump, que, em 28 de maio de 2020, assinou uma Ordem Executiva com o fim de regular as empresas que prestam serviços de comunicação *on-line*. A norma, cuja justificativa se pautava na preocupação de prevenir a censura, afirmou que as plataformas estão prejudicando a competição na comunicação e sufocando a livre troca de ideias, já que visam suprimir certas notícias utilizando-se de técnicas anticoncorrenciais (EUA, 2020).

Diante do exposto, observamos que a tão debatida governança da Internet pode tomar caminhos tortuosos, e, por isso, nem é desejável que fique a cargo das empresas privadas, já que estas visam o lucro, em última análise, e a informação, a comunicação dos usuários e até mesmo os seus dados pessoais, são usados como negócio; mas nem tampouco é vantajoso que essa governança fique a cargo de um Estado poderoso, pois, certamente ditará regras autoritárias sobre o que se poderá ler, assistir, falar, opinar e pode, também, usar a sua estrutura para perseguir seus opositores e calar seus críticos.

Nesse contexto, as maiores plataformas digitais de hoje, sobretudo (mas não apenas) as que mantêm sua sede nos Estados Unidos, têm a tendência de fugir de padrões constitucionais ao regulamentar seus vastos mercados de ideias e de não se preocupar em usar regras claras para garantir a liberdade de expressão do pensamento e de informação a todos de maneira equiparada. Isso se dá, principalmente, devido a compreensão de que, por não serem atores estatais, não estão vinculados à observância da Primeira Emenda à Constituição americana. Contudo, a verdade é que tais empresas são responsáveis, hoje, pelo maior volume de conteúdo trocado diretamente pelos indivíduos, e, a despeito do não reconhecimento da eficácia horizontal da liberdade de expressão do pensamento por parte delas, são, hoje, o principal meio de comunicação de que dispomos.

Nesse sentido, entendemos que o precedente da Suprema Corte Americana no caso *Manhattan Community Access Corp. v. Halleck*, pode não se aplicar à realidade fática das redes sociais que, diferente da televisão, dos jornais e das revistas de notícia, são a nova praça pública onde todos querem expor suas opiniões livremente e participar do debate de ideias.

A REGULAÇÃO PRIVADA DA LIBERDADE DE EXPRESSÃO NA INTERNET

O tema da regulação privada do conteúdo informativo disponível na Internet ganhou mais combustível na medida em que as grandes empresas de comunicação atuantes nesse ambiente cresceram e ocuparam mais espaços. O *YouTube*, por exemplo, adota uma política de proceder ao encerramento das contas dos usuários que violem as chamadas “políticas contra o discurso de ódio e assédio” ou que tentem escapar ao cumprimento das regras do *site* (PARK, 2018). O problema aqui, e em outras políticas dessas plataformas, é que, apesar da boa vontade em proteger um ambiente saudável de troca de ideias, elas não explicam exatamente o que entendem por discurso de ódio ou por *Fake News*, nem tampouco quais são os critérios objetivos (se é que há) adotados na prática da remoção do conteúdo, o que traz insegurança não apenas para os seus usuários como para o debate público como um todo.

Como podemos observar, os critérios utilizados na ação dessas empresas fogem de qualquer concepção de princípios como segurança jurídica ou contraditório. É dizer, um usuário pode fazer um comentário simples e a empresa entender que, na verdade, trata-se de discurso de ódio, removendo o *post* do autor sem explicar-lhe o que isso significa (até mesmo como meio pedagógico) e sem oportunizar sua defesa.

Portanto, o processo seguido pelas empresas privadas não visa a justiça em sua acepção filosófica. O julgamento da sociedade não segue os valores inegociáveis de um sistema jurídico pautado pela dignidade humana. Nas redes sociais, as provas ilegais são válidas, não há o respeito ao contraditório e nem tampouco cabe recurso, as penas aplicadas, não raro, são a de banimento e em última análise, a pena de morte digital.

Diante do exposto, a questão que se coloca é: há de se falar em censura quando o agente que a provoca não é o Estado? Estaríamos então diante de censura privada? Stuart Mill explica que este tipo de censura é tão mau quanto a praticada por agentes estatais. Para ele, a sociedade pode executar suas próprias ordens e, se emite ordens incorretas ou sobre assuntos em que não devia interferir, exerce uma tirania social mais alarmante do que muitos tipos de opressão política, dado que deixa menos meios de escapar, penetrando muito mais profundamente nos pormenores da vida e escravizando a própria alma.

Por isso, a proteção contra a tirania da magistratura não basta, também é necessária proteção contra a tirania da opinião e do sentimento dominantes; contra a tendência da sociedade para impor, por outros meios que não as punições civis, as suas próprias ideias e práticas como regras de conduta àqueles que não a seguem, e para restringir o desenvolvimento – e, se possível, impedir a formação – de qualquer individualidade que não esteja em harmonia com os seus costumes, e para forçar todas as personalidades a modelarem-se à imagem da sociedade. Há um limite à interferência legítima da opinião coletiva na independência individual e encontrar esse limite - e protegê-lo contra transgressões - é tão indispensável para o bom estado das relações humanas, como a proteção contra o despotismo político (MILL, 2015, pp. 22 e 23).

É dizer, além de tratar dos limites jurídicos dos direitos fundamentais, que por sua própria natureza, não são absolutos e convivem entre si, é preciso tratar dos limites do poder sobre o reconhecimento dos próprios direitos fundamentais como tal, e da imposição dos seus limites, pois, como sustenta Dworkin (1996) na sua concepção de individualismo ético, devemos garantir o encorajamento e a proteção para a primazia da convicção individual, o que passa por um ambiente de discurso livre.

Com efeito, em tese, como as empresas privadas não são entes estatais, as principais plataformas da Internet, ao oferecerem seus serviços de comunicação, podem determinar os termos e condições que desejarem e policiar as postagens publicadas ali como preferirem. Se não quiserem hospedar conteúdo que considerem abusivo ou manipulador, teoricamente, não precisam. Contudo, os entes privados, em observância ao princípio da eficácia horizontal dos direitos fundamentais, devem pautar as suas

políticas em respeito aos direitos fundamentais de todos, tanto dos seus usuários quanto da população em geral.

A Constituição portuguesa, apenas para ilustrarmos essa ideia, estabelece em seu artigo 18, nº 1, que os preceitos constitucionais respeitantes aos direitos, liberdades e garantias são diretamente aplicáveis e vinculam as *entidades públicas e privadas*. Esta realidade alarga-se à grande maioria dos Estados europeus, pois, ainda que não expressamente, como é o caso em apreço, muitos reconhecem a eficácia horizontal dos direitos fundamentais. Apesar disso, no entanto, a relação desses países com a mídia *mainstream*, a regulação da liberdade de expressão e da sua relação com a política, atendem a parâmetros específicos condizentes com o modelo adotado por cada país, como se verá mais adiante.

As diferenças de ordem teórica ou metodológica na comparação entre os sistemas europeu e americano em razão da diferente compreensão dos direitos fundamentais, está precisamente no fato de que o constitucionalismo de muitos Estados europeus admite a eficácia horizontal dos direitos fundamentais; por outro lado, o constitucionalismo norte-americano é muito relutante em admitir esse efeito, exigindo da Suprema Corte, como condição processual, que a vulnerabilidade do cidadão ofendido seja direta ou indiretamente atribuível ao *State action* (GUIRAO, 2015). Aqui, parte-se do princípio de que o Estado é um potencial inimigo das liberdades individuais as quais não se deve restringir em demasia. Quanto aos danos provocados por terceiros, esses devem ser, preferencialmente, resolvidos pelos envolvidos e sempre que possível, em ambiente privado.

Esta diferenciação também se reflete na explicação de modelos de organização de poder do Estado trazida por Damaška (1986). O referido autor inseriu os Estados Unidos em modelos paritários de organização, para os quais a disposição do Estado é apenas estabelecer marcos para a integração comunitária, sem penetrar no âmago das relações sociais, proporcionando balizas dentro das quais os cidadãos perseguem seus objetivos. Já os Estados continentais europeus, a seu turno, afinam-se mais com modelos hierárquicos, próprios de Estados ativistas ou de bem-estar social, onde o objetivo é a implementação de programas ou melhorais morais e materiais para os cidadãos.

Dito isto, observamos que, uma vez que grande parte dessas empresas têm sua sede nos Estados Unidos, estão imunes da responsabilidade legal pelo conteúdo postado exclusivamente por seus usuários. Isto se dá porque a Lei de Decência nas Comunicações, de 1996 (*Communications Decency Act* – CDA), em sua Seção 230, lhes trata apenas como intermediários, e não como editores do conteúdo, o que acaba por protegê-las do risco legal de serem responsabilizadas por danos causados por terceiros que não estão sob seus cuidados. Com efeito, quando essa indústria se limitava a pequenas *startups* jovens e vulneráveis, essa abordagem era razoável. Mas, hoje, uma plataforma como o *Facebook* conta com mais de dois bilhões de usuários, ou seja, esses *sites* se tornaram espaços centrais para a interação social e para todos os tipos de expressão de ideias, desde debates lúcidos e ponderados, até teorias da conspiração e discurso de ódio. Portanto, diante da realidade do uso de perfis falsos, robôs e outras ferramentas tecnológicas, o que assistimos é a dissolução de uma relação essencial para a democracia, qual seja, a união entre a liberdade e a responsabilidade.

Neste sentido, com a recente decisão no caso *Manhattan Community*, e se o mesmo entendimento, no futuro, for aplicado às redes sociais, estas estarão no melhor dos mundos, pois, nem serão consideradas entes quase estatais a fim de serem obrigadas a observar, nas suas relações privadas, o conteúdo imposto pela Primeira Emenda, e nem serão consideradas empresas de comunicação tradicionais que possam ser responsabilizadas pelo conteúdo ofensivo postado pelos seus usuários.

A (SUPOSTA) MANIPULAÇÃO DAS NOTÍCIAS PELAS MÍDIAS SOCIAIS

A moderna e fascinante interface do usuário do *Facebook* obscurece uma série de algoritmos em constante mudança, que determinam a quais informações se tem acesso e a ordem em que elas são dispostas. Os algoritmos são incertos até mesmo para essa empresa, pois dependem de uma forma de computação chamada “aprendizado de máquina”, na qual os algoritmos são treinados para atingir as metas estabelecidas por seus programadores humanos. No caso do *Facebook*, as máquinas geralmente

são programadas para maximizar o engajamento do usuário, ou seja, para o convencer a clicar mais uma vez, a ficar *on line* um pouco mais e a voltar mais vezes (ABDO, 2018). Esse tipo de aprendizado de máquina pode produzir efeitos - não necessariamente intencionais - com consequências preocupantes para o discurso público.

Nos últimos anos, muito se especulou sobre o uso dos algoritmos em redes sociais como o *Facebook* e se eles são capazes de aprofundar as divisões políticas e facilitar a disseminação de desinformação e propaganda. Por exemplo, ao divulgar uma matéria patrocinada por um candidato, para um usuário que seja eleitor do seu adversário, que grau de ofensa isso pode causar? É dizer, ao tentar maximizar o engajamento do usuário, os algoritmos podem, também, maximizar a sua indignação. O modelo de negócios adotado pelas grandes empresas de comunicação, portanto, também é susceptível de provocar o ódio e a divisão da sociedade.

Os esforços de moderação, principalmente do *YouTube*, do *Facebook* e do *Twitter*, começaram a receber mais atenção no ano de 2017, à medida que acadêmicos e jornalistas se concentraram em estudar como a desinformação se espalha. Jonathan Albright, diretor de pesquisas do *Tow Center for Digital Journalism* e especialista em como a desinformação prospera nas mídias sociais, em entrevista ao jornal *The New York Times*, disse que o *YouTube* tem sido inconsistente na aplicação de suas diretrizes nesse sentido (BROMWICH, 2018). O fato é que tais políticas passam sempre pelas denúncias de abusos oferecida pelos usuários, o que nos leva a crer que a adoção de um critério apenas quantitativo nessa política, representa na verdade uma imposição da opinião da maioria, ou seja, aquele que conseguir mais denúncias, conseguirá a retirada do vídeo, o que parece um critério perigoso, especialmente porque as próprias denúncias podem ser feitas, também, de forma manipulada, inclusive com o uso de perfis falsos.

Nesse sentido, novamente, Stuart Mill explica que a vontade do povo significa, na prática, a vontade da parte mais numerosa ou mais ativa do povo: a maioria, ou pelo menos, aqueles que conseguem fazer-se aceitar como a maioria; conseqüentemente, o povo pode desejar oprimir outra parte do próprio povo; e são tão necessárias precauções contra isto como contra quaisquer outros abusos de poder cometidos pelos Estados. “A

tiranía da maioria é, portanto, incluída entre os males contra os quais a sociedade precisa se precaver” (MIL, 2015, PP. 31 e 32).

O advogado sênior do *Knight First Amendment Institute* da Universidade Columbia, Alex Abdo, teceu duras críticas aos termos de serviço do *Facebook*, pois estes maculam a esperada transparência. Segundo o autor, se os pesquisadores que investigam a conduta dessa empresa violarem os termos e condições de seu *site*, eles correm o risco de serem responsabilizados civil e criminalmente em razão da Lei de Fraude e Abuso do Computador, promulgada em 1984, nos Estados Unidos, com a intenção de proibir a pirataria, mas que foi interpretada pelo Departamento de Justiça deste país e pelo próprio *Facebook*, para proibir violações dos termos de serviço de um *site*. Assim, a mera ameaça de responsabilização tem um efeito inibidor significativo na disposição de alguns jornalistas e pesquisadores em estudar essa plataforma, devido ao medo de ações legais (ABDO, 2018).

Com efeito, após tantas críticas, um primeiro passo foi dado em direção à transparência: o Presidente francês, Emmanuel Macron, em seu discurso no Fórum Anual de Governança da Internet ocorrido em 12 de novembro de 2018, na sede da UNESCO em Paris, explicou o que ele chama de “regulação inteligente”, comunicando que o *Facebook* permitirá que funcionários franceses sejam inseridos dentro dos quadros da empresa como uma espécie de observadores, a fim de examinar como ela vem combatendo o discurso de ódio *online* (ROSEMAIN; ROSE; BARZIC, 2018).

Como vemos, a falta de transparência, que ainda é a regra, inflama a discussão sobre a capacidade de manipulação da opinião pública por partes das grandes redes de comunicação, sobretudo na Internet. Hoje, o *Facebook* e o *Twitter* são duas das instituições privadas mais poderosas do mundo, e ainda que de maneira involuntária, moldam a opinião da sociedade e o discurso público de modo que nem os executivos dessas empresas conseguem explicar. É preciso, portanto, mais transparência e mais meios de estudo, pois é apenas dessa forma que passaríamos a entender como as grandes plataformas da comunicação e a Internet estão afetando toda a sociedade, e assim, poderíamos pensar numa solução definitiva para a problemática. Sem acesso a todos os dados objetivos, o

que pode ser feito é discutir e propor, caso a caso, soluções pontuais de acordo com as necessidades da sociedade.

O DIREITO À INFORMAÇÃO E A BUSCA DA VERDADE

Outro tema de destaque para o presente artigo é a questão dos meios de comunicação como instrumentos de efetivação do direito à informação. No caso específico da Internet, com o seu advento, a forma como as pessoas têm buscado informações mudou consideravelmente. Os meios tradicionais, como jornais e revistas de grande circulação, têm aderido cada vez mais a essa nova ferramenta, e têm disponibilizado vasto conteúdo *on line*. Assim, dada a velocidade com que as notícias acontecem no mundo atual, nada mais justo do que a sua propagação também se dê de maneira quase instantânea, sob pena de, ao ser divulgadas, perderem o *status* de novidade. Essas grandes plataformas de comunicação não são apenas portadoras de mídia social, mas plataformas de relacionamento e informação no sentido em que permitem a construção do chamado *democratic background* (DWORKIN, 2009).

Neste sentido, principalmente o *Twitter* tem adquirido grande importância como meio de buscar informações na Internet, sobretudo porque essas informações são adquiridas “direto da fonte”, pois o usuário tem a opção de se comunicar diretamente com a pessoa objeto de seu interesse. O Presidente norte-americano, Donald Trump, é grande entusiasta dessa plataforma, como sabemos, e constantemente tem bloqueado cidadãos que lhe fazem críticas mais duras em resposta aos seus *posts*. Essa atitude do Presidente levou alguns usuários a recorrer à justiça com o fim de ter suas contas desbloqueadas e assim, poder voltar a ter acesso às informações postadas, sob a alegação de que, ao impedir a visualização das mensagens, o Presidente violaria o direito à liberdade de expressão daqueles usuários.

Nesse caso, a justiça norte-americana entendeu que os comentários sobre a conta pessoal do Presidente são, na verdade, fóruns públicos, e o bloqueio de usuários do *Twitter* por seus pontos de vista, de fato, viola o direito à liberdade de expressão, de acordo com a Primeira Emenda.

O argumento do Departamento de Justiça de que a conta pertencia ao Presidente em sua capacidade pessoal e não estaria sujeita ao controle do governo foi rejeitado.

Essa decisão levantou novas questões legais e fez a *Internet Association*, grupo que representa as principais redes de comunicação da Internet, pedir que a justiça limite sua decisão aos fatos deste caso apenas, para que não “perturbe a Internet”, pois o *Twitter*, quando bloqueia ou retira o acesso aos usuários, não o faz com os poderes de um ator estatal e, portanto, não estaria sujeito às restrições da Primeira Emenda (SHEPARDSON, 2018).

Neste sentido é que a discussão sobre o papel regulador da mídia se coloca, pois já há vários os casos nos últimos anos com relatos de abusos e manipulações de notícias por parte das plataformas virtuais, frequentemente acusadas de “árbitros da verdade”. Com efeito, acusa-se essas empresas de, em vez de promover o livre debate de ideias na Internet, optar por mais vigilância e monitoração dos conteúdos postados, a exemplo do *Facebook* e do *YouTube*. Segundo dados levantados pela revista *The Economist* (PARK, 2018), nos últimos anos essas companhias aumentaram drasticamente os recursos humanos e tecnológicos dedicados ao policiamento de suas plataformas.

Com efeito, tanto investimento numa suposta segurança das informações, levanta muitos questionamentos sobre sua efetividade e eleva muito os custos das empresas, que precisam investir cada vez mais em mão de obra e em tecnologia. Ao que parece, mais em mão de obra – com os moderadores de conteúdo – do que em tecnologia.

Um exemplo disso é a questão da interpretação sobre o conteúdo de uma mensagem e sua classificação. Para ilustrar a complexidade do tema, sem nos adentrarmos em suas minúcias, pois não é o objeto do presente trabalho, apontamos que a dificuldade já se inicia na delimitação e conceituação dos termos frequentemente usados pelas plataformas. Nesse sentido, Guess e Lyons (2020, p. 10) destacam que os termos *disinformation*, *misinformation* e *propaganda* às vezes são usados de forma intercambiável, com definições mutáveis e sobrepostas. Todos dizem respeito a mensagens falsas ou enganosas propagadas sob o pretexto de informar. Há ainda os termos *rumors* e as *teorias da conspiração*, cujas definições não dependem do valor de verdade. Para os autores, *rumors* são

reivindicações cujo poder surge da própria transmissão social, enquanto as *teorias da conspiração* têm características específicas, como a crença de que um grupo oculto de indivíduos poderosos exerce controle sobre algum aspecto da sociedade. A essa miscelânea, podemos ainda acrescentar o termo *Fake News*, cuja definição também não é consensual na doutrina.

Vale esclarecer que, aqui, optamos por utilizar os termos originais, em inglês, tendo em vista, nesse contexto, a dificuldade de tradução, pois expressões como *disinformation e misinformation*, por exemplo, podem ser igualmente traduzidas como “desinformação” e isso apenas reforça o nosso argumento quanto à dificuldade em se estabelecer parâmetros objetivos para a moderação de conteúdo.

Outro problema diretamente relacionado à eficiência na moderação de conteúdo é o massivo uso de *bots* atualmente nas plataformas virtuais, como aponta Woolley (2020, p. 89). A expressão *bot* é um termo genérico que engloba muitos tipos diferentes de programas ou *scripts* de software online automatizados. Em resumo, abrangem toda a ampla gama de atores automatizados, espécies de *software robôs* usados para massificar ou automatizar o envio de mensagens, e vão desde sua iteração mais simples como programas *online* que executam tarefas automatizadas até as contas “impostoras” orientadas para determinadas funções nas redes sociais. Essa última espécie, chamada de *social bots*, é uma das que mais crescem: em 2015, a empresa de segurança cibernética *Imperva Incapsula* descobriu que o uso de *bots* representava cerca de 50 por cento de todo o tráfego *online*. Em 2014, até 20 milhões de contas no *Twitter* foram identificadas como *bots*. No *Facebook* e outras plataformas esses números não são tão claros, em parte devido ao controle estreito das empresas sobre os dados e métricas do usuário.

Os *social bots* desempenham papel fundamental na geração de conteúdo e costumam ser usados para imitar usuários reais nas redes sociais e comunidades de discussão *online*. Segundo Woolley (2020, p. 92), vários pesquisadores desenvolveram técnicas, mas ainda enfrentam muitos desafios, para detectar se uma determinada conta *online* é um humano, *bot* ou ciborgue. Isso porque os recursos de “aprendizado de máquina” usados para o desenvolvimento de *social bots* progrediram muito e, além disso, é comum a utilização de atores humanos e *bots* em

conjunto para manipular a opinião pública de forma mais eficaz, com a utilização de técnicas discursivas que dificultam a identificação dos *bots* e seu posterior banimento das plataformas, tais como humor e sarcasmo.

Pelos exemplos supracitados, fica claro que o tema, pela complexidade e amplitude dos impactos sociais, não pode ser deixado a cargo da moderação privada das plataformas ou da autorregulamentação.

NOVOS (E VELHOS) PARADIGMAS PARA A RECONSTRUÇÃO DA INFRAESTRUTURA DIGITAL

As soluções para a questão da censura e da liberdade de expressão nas plataformas digitais não podem mais se limitar à esperança de que as empresas cumpram seus deveres cívicos – é preciso pensar sobre quais tecnologias queremos para o futuro e como as mídias digitais podem desempenhar um papel produtivo nas sociedades democráticas. Em virtude disso, os trabalhos mais recentes sustentam a necessidade de soluções que vão desde a criação de marcos regulatórios até a completa reformulação da infraestrutura digital.

Como veremos, no âmbito das democracias liberais contemporâneas, há abordagens bastante distintas para a questão e, em muitos aspectos, as novas regulamentações são extensões de práticas já existentes. Mas, apesar das diferenças, um ponto comum é o tratamento das plataformas *on-line* como veículos de “mídia” e, conseqüentemente, a tentativa de dar-lhes parâmetros regulatórios semelhantes aos da mídia convencional (*mainstream media*).

Por isso, é importante entender a relação entre a mídia e o Estado proposta por Hallin e Mancini (2004) que, ao comparar os sistemas de mídia na Europa e da América do Norte, os divide com base em três modelos, para explicar a relação entre o sistema político e a mídia: Pluralista Polarizado, Corporativista Democrático e Liberal.

No modelo Pluralista Polarizado (França, Grécia, Itália, Portugal e Espanha) os países têm uma mídia impressa voltada para a elite, com circulação relativamente pequena, e uma mídia audiovisual comparativamente mais popular. Aqui, a liberdade de imprensa e a ascensão

da mídia comercial desenvolveram-se relativamente tarde. Segundo o autor, o Estado tende a desempenhar forte papel na regulamentação, propriedade ou financiamento da mídia, e a radiodifusão pública tende a ser politizada. Destacam-se o jornalismo de defesa e o uso instrumental da mídia por atores políticos e comerciais.

Em contraste, nos países do modelo Corporativista Democrático (Áustria, Bélgica, Dinamarca, Finlândia, Alemanha, Holanda, Noruega, Suécia e Suíça) desenvolveram-se muito cedo tanto a liberdade de imprensa quanto uma robusta indústria de mídia comercial, especialmente na mídia impressa, cujos níveis de leitura e circulação ainda estão entre os mais altos da Europa. É comum a existência de jornais afiliados a partidos políticos e grupos de interesse e o paralelismo político é relativamente alto, embora esteja em declínio. O jornalismo de defesa é predominante, mas coexiste com reportagens neutras e informativas. A mídia é considerada uma importante instituição social, digna de apoio e proteção do Estado, e a profissão é marcada por altos níveis de profissionalismo. Esses países tendem a ter longa tradição de democrática liberal (à exceção da Alemanha) e grupos sociais bem organizados dentro de uma estrutura corporativista que enfatiza o consenso e a autoridade racional-legal.

No terceiro modelo, o Liberal (Canadá, Irlanda, Reino Unido e Estados Unidos), os países também apresentam fortes tradições de liberdade de imprensa, uma imprensa comercial de grande circulação e o desenvolvimento de instituições liberais. Ao contrário do modelo anterior, no entanto, o papel do Estado é mais limitado e a mídia é moldada em grande parte pelas forças do mercado, em oposição a propósitos partidários, ideológicos ou outros fins instrumentais

Com base na classificação doutrinária acima, Fukuyama e Grotto (2020, p.199), em recente artigo, analisam as atuais propostas regulatórias vigentes na França, na Alemanha e nos Estados Unidos. Inicialmente, destacam que Os Estados Unidos, em consonância com o modelo Liberal, costumam depender muito mais da autorregulação do que as democracias europeias, e essa tradição foi mantida na era digital, como já extensamente discutido nos tópicos anteriores. Nem a *Federal Communications Commission* (FCC) nem quaisquer outros reguladores federais procuraram estabelecer regras formais quanto

ao tipo de conteúdo que as plataformas podem veicular. Alguns órgãos governamentais expressaram preocupação com certos tipos de conteúdo, como pornografia infantil ou incitação ao terrorismo, e as empresas responderam retirando-os do ar para evitar responsabilidade criminal e danos a sua reputação, mas não necessariamente porque o governo as obrigou, em virtude de alguma norma específica.

Já na Europa, apontam a forma como França e Alemanha diferem em suas respectivas concepções de pluralismo da mídia e sobre o papel do Estado na sua proteção ou promoção. Em ambos os países, no entanto, o pluralismo da mídia é um objetivo fundamental da política, essencial para um mercado de ideias vibrante e competitivo e vital para o discurso democrático.

Como parte do modelo Pluralista Polarizado, para os franceses, o pluralismo da mídia significa mais do que apenas um mercado competitivo; especialmente para a mídia audiovisual. Significa um pluralismo de mídia francesa, que defende e dissemina valores linguísticos e político-culturais franceses, em um mercado cada vez mais dominado pela cultura popular americana. Já na Alemanha, parte do modelo Corporativista Democrático, o pluralismo é visto como um baluarte contra o totalitarismo e a estrutura da radiodifusão pública reflete essa orientação. Em vez de estabelecer um ou um pequeno número de canais públicos nacionais, como fizeram britânicos e franceses, a radiodifusão pública alemã é organizada e administrada pelos estados da federação, como forma de limitar o poder para evitar o retorno do totalitarismo.

Assim, no âmbito da mídia digital, em novembro de 2018, legisladores franceses aprovaram uma lei contra a manipulação de informações que estabelece um procedimento judicial mais célere para julgar reclamações de indivíduos e organizações, incluindo o governo francês, sobre alegadas *fake news* no período eleitoral, além de impor obrigações de transparência reforçadas nas plataformas durante esses períodos e exigir que elas fiscalizem conteúdo falso sobre as eleições.

Já a Alemanha também promulgou uma nova lei para tratar de conteúdo problemático conhecida como NetzDG (*Netzdurchsetzungsgesetz*). Porém, em vez de dotar o Estado federal alemão de novas autoridades para julgar reclamações sobre conteúdo, a NetzDG coloca a responsabilidade,

em primeira instância, nas plataformas. Essa abordagem, de acordo com o Ministério Federal da Justiça e Proteção ao Consumidor da Alemanha (BMJV), ajudaria a “garantir uma cultura de comunicação livre, aberta e democrática”.

Além dos parâmetros regulatórios já em vigor na Alemanha e na França, a Comissão Europeia recentemente elaborou um Código de Prática de Desinformação (EU COMMISSION, 2020). Apesar de não ser um instrumento normativo, trata-se de um documento criado pelo órgão comunitário e referendado por grandes plataformas como *Facebook*, *Twitter*, *Google*, *Mozilla* e *Tik Tok*. A iniciativa pode ser bastante interessante e indicar para uma espécie de modelo híbrido, de “corregulação”, através do qual os Estados (ou mesmo organizações internacionais) definiriam parâmetros mínimos e diretrizes gerais a partir das quais as empresas poderiam exercer, de forma objetiva, a moderação de conteúdo.

Os signatários do Código apresentaram roteiros detalhados e comprometeram-se a agir em cinco áreas: interromper as receitas de publicidade de contas e sites que espalham desinformação; tornar a publicidade política ou ideológica mais transparentes; resolver o problema das contas falsas e *bots* online; capacitar os consumidores a relatar desinformação e acessar diferentes fontes de notícias, enquanto melhoram a visibilidade e a localização de conteúdo confiável; e, por último, capacitar a comunidade de pesquisa para monitorar a desinformação *on-line* por meio do acesso aos dados das plataformas, respeitada a privacidade.

A partir daí, as empresas apresentaram um relatório em janeiro de 2019, com o levantamento das medidas tomadas para cumprir seus compromissos. Entre janeiro e maio do ano passado, a Comissão Europeia procedeu ao acompanhamento direcionado da implementação dos compromissos por parte do *Facebook*, *Google* e *Twitter*, com particular relevância para a integridade das eleições para o Parlamento Europeu. As três plataformas foram instadas a relatar mensalmente as ações realizadas para melhorar o escrutínio sobre seus anúncios, garantir a transparência da publicidade política e ideológica, e para combater contas falsas e uso malicioso de *bots*.

A iniciativa está alinhada ao “Plano de Ação Contra a Desinformação”, delineado pela União Europeia para intensificar os esforços de combate

à desinformação na Europa e reforçar a cooperação entre os Estados-Membros, melhorando a detecção, análise e exposição da desinformação, uma cooperação mais forte e respostas conjuntas a ameaças, reforçando a colaboração com plataformas *on-line* e a indústria para combater a desinformação, aumentar a conscientização e melhorar o espaço cívico.

Com efeito, além do modelo proposto acima, a UE parece ser realmente a mais avançada na discussão de modelos alternativos. Lançada em abril de 2018, a comunicação “Combater a desinformação *on-line*: uma abordagem europeia” apresentou vários instrumentos para combater a propagação e o impacto da desinformação *on-line* na Europa e garantir a proteção dos sistemas democráticos.

A Comunicação levou em consideração um amplo processo de consultas aos cidadãos e partes interessadas com iniciativas como: a aplicação de um questionário de opinião pública, o “Eurobarômetro”, para medir e analisar as percepções e preocupações dos cidadãos europeus em relação a notícias falsas; uma conferência com várias partes interessadas e um colóquio sobre notícias falsas para definir os limites do problema, avaliar a eficácia das soluções já implementadas pelas plataformas de mídia social e chegar a um acordo sobre os princípios-chave para ações futuras; a criação de um Grupo de Alto Nível (HLG) para aconselhar sobre iniciativas políticas para combater notícias falsas e a disseminação de desinformação *on-line*. O Grupo apresentou seu relatório final em 12 de março de 2018 (EU COMMISSION, 2020).

A mais recente iniciativa consiste na criação do Observatório Europeu de Mídia Digital, um projeto iniciado em junho de 2020 e financiado pela CEF (*Connecting Europe Facility*), que visa criar um centro europeu para verificadores de fatos, acadêmicos e outras partes interessadas em colaborar e se conectar ativamente com organizações de mídia e especialistas em educação midiática, com o intuito de fornecer apoio aos formuladores de políticas públicas. O observatório foi implementado no contexto do Plano de Ação Contra a Desinformação e as atividades são baseadas nos seguintes pilares: mapeamento de agências de verificação de fatos; suporte e apoio a atividades de pesquisa; garantia de acesso seguro e protegido aos dados das plataformas e apoio ao poder público.

CONCLUSÃO

Como resta claro, proibir a divulgação de uma ideia não passa de uma pretensão humana de infalibilidade, é dizer, uma opinião só pode ser extirpada do conhecimento da sociedade, se tivermos completa certeza de que ela é falsa e tão desimportante que seja inútil para a construção de um pensamento, o que sabemos, é impossível afirmar. Proibir o discurso representaria uma pretensão de infalibilidade humana e demonstraria um sistema jurídico de “juízes da certeza”, como diria Stuart Mill, ou de juízes que só ouvem uma versão da verdade: a versão permitida.

Sem embargo, o avanço tecnológico e a transformação das redes sociais na nova praça pública deram contornos globais aos problemas típicos da comunicação social e despertou a urgência do debate sobre a regulação dessas plataformas e sobre os limites da liberdade de expressão.

O assunto aqui abordado é por demais complexo e ramificado. Sobre isso, apenas a certeza de que a discussão precisa ser ampla e inclusiva, já que envolve temas como a governança das mídias sociais, a possibilidade de autorregulação, a moderação privada de conteúdos e respeito e limites à liberdade de expressão. É nessa miríade de conteúdos que a classificação das plataformas como entes “quase estatais” se insere.

Não se pode olvidar, no entanto, que a difusão de desinformação, discurso de ódio e conteúdo ofensivo é, também, resultado do modelo de negócios adotado pelas *Big Techs*, que têm aberto cada vez mais espaço para publicidade e propaganda de qualquer material. Para vender mais e promover mais anúncios, os algoritmos favorecem conteúdos sensacionalistas e manipulativos, que podem ser ofensivos e promover discursos de ódio. Essas empresas, porém, tendo em vista sua finalidade lucrativa, não parecem preocupadas em proteger os usuários de ofensas ou notícias falsas.

Em segundo lugar, entendemos também que ofensas, discurso de ódio e *Fake News* são efeitos discursivos da chamada “sociedade do risco”, e por isso, devem ser tratados como riscos globais - assim como as crises ecológicas, as crises financeiras e as ameaças terroristas. Uma vez que esses espaços são as novas “praças públicas”, com bilhões de usuários e meios mais interativos de troca de conteúdo, os indivíduos se sentem

protegidos atrás de um computador ou *smartphone* (muitas vezes com garantia de anonimato) e é natural que se sintam mais à vontade para propagar notícias sem o cuidado de checar sua veracidade ou de evitar ofensas e até mesmo agir propositalmente, com a certeza de que não serão responsabilizados.

Noutro ponto, percebemos, ao longo da pesquisa, a dificuldade de obter dados consistentes sobre as atividades exercidas pelas *Bigtechs*, sobretudo no âmbito dos modelos de autorregulação e moderação de conteúdo das mídias sociais. A maioria dos trabalhos sobre o tema é embasada em investigação jornalística, pois os poucos dados que vêm a público são trazidos pelos jornalistas que os obtêm com seus entrevistados, funcionários ou diretores dessas empresas.

Percebemos também que as preferências e aversões da sociedade constituem seu comportamento e suas opiniões, então, em vez de as grandes empresas da Internet ocuparem-se em pensar sobre qual tipo de temas a sociedade deveria discutir, seria mais benéfico questionar-se sobre a sua legitimidade para moldar a opinião da sociedade. Da mesma forma, é preciso avançar no debate sobre o papel dos Estados na chamada governança global da Internet, pois sabemos que tanto a censura praticada pelo Estado quanto a praticada pelo setor privado são medidas autoritárias que interditam o debate público.

Diante do exposto, a pergunta que nos resta é: *o Facebook, o YouTube* e outras redes sociais constituem atores quase governamentais e devem ser mantidos em padrões constitucionais ao regulamentar seus vastos mercados de ideias? Entendemos que se adotarmos uma interpretação literal da legislação atual, e diante da recente decisão da Suprema Corte Norte-Americana, talvez não. Contudo, essa não é a questão que se coloca. É preciso muita cautela na elaboração das políticas dessas empresas, pois tratam-se de entidades de grande influência e abrangência, as verdadeiras praças públicas da atualidade, que, caso sejam parciais ou mesmo partidárias em sua imposição de regras, podem comprometer o ideal de uma sociedade aberta. Afinal, algumas dessas entidades privadas são tão ou até mais poderosas do que a maioria dos Estados.

O que tudo isso significa para os contornos da liberdade de expressão na era da mídia social não é imediatamente claro. Ao contrário, é uma

zona de penumbra entre a necessidade de criação de uma estrutura legal na qual essas empresas possam ser responsabilizadas por suas decisões editoriais sem prejudicar a livre iniciativa; e a autonomia para filtrar informações perigosas e comprovadamente falsas ou enganosas com base em preceitos universais como o respeito à liberdade de expressão, à segurança jurídica e o direito ao contraditório.

Porém, se pretenderem realmente resolver o desafio da moderação de conteúdo, as grandes plataformas de mídia social devem começar por impor mais observância em seus próprios modelos de negócios, pois ao que parece, essas empresas preocupam-se mais em monitorar o conteúdo supostamente ofensivo e falso quando denunciado por seus usuários, e geralmente são muito rápidas ao fazê-lo, porém, essa rapidez e esse cuidado não são observados da mesma maneira quando o suposto conteúdo abusivo decorre de seus clientes que adquirem o espaço para divulgar ou promover seus interesses.

Da mesma forma, a boa vontade por parte das empresas em regular e monitorar o conteúdo deveria passar primeiro pelo investimento em educação e o incentivo a campanhas que promovam a tolerância. Quando aumentam drasticamente o investimento em pessoal e em tecnologia com a finalidade de identificar notícias falsas ou conteúdo ofensivo, para assim, censurá-los, esse atores parecem, de certa forma, confirmar o que dizem as teorias que defendem que seu objetivo final não é a verdade ou a promoção de um ambiente digital mais saudável e democrático, mas sim, demonstrar seu poder em controlar e manipular a opinião pública; pois é precisamente num livre mercado de ideias, onde todos terão igual acesso às informações e serão capazes de decidir por si só em que devem acreditar e o que devem seguir que teremos a garantia de um ambiente social mais democrático.

Diante de todo o exposto, percebemos que já não faz sentido falar em um ambiente livre de qualquer regulação para as redes sociais. Diante da dimensão tomada, a regulação das redes, além de necessária, parece ser um caminho sem volta. Contudo, a questão que se coloca é a de saber quem será o responsável por essa regulação. Se por um lado, as empresas privadas não são confiáveis, pois, em última análise, visam o lucro e tem a comunicação como um negócio, por outro lado, a regulação estatal

pode nos mostrar caminhos tortuosos rumo ao autoritarismo. Ao nosso ver, a regulação da Internet deve encontrar-se no meio do caminho entre a proteção dos direitos fundamentais como razão de ser de qualquer ambiente democrático, e a liberdade de iniciativa onde o Estado não intervenha na autodeterminação individual.

REFERÊNCIAS

ABDO, Alex. Facebook is shaping public discourse. We need to understand how. **The Guardian**, 15 de setembro de 2018. Disponível em: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2018/sep/15/facebook-twitter-social-media-public-discourse>. Acesso em: 26 de setembro de 2018.

ALCÁCER GUIRAO, Rafael. Víctimas y disidentes. El “discurso del odio” em EE.UU y Europa. **Revista Española de Derecho Constitucional**. Número 103. Madrid : Centro de Estudios Políticos y Constitucionales, 2015.

BECK, Ulrich. **Sociedade de risco mundial**. Em busca da segurança perdida, Lisboa : Edições 70, 2015.

BROMWICH, Jonah Engel. YouTube Cracks Down on Far-Right Videos as Conspiracy Theories Spread. **The New York Times**, 3 de março de 2018. Disponível em: <https://www.nytimes.com/2018/03/03/technology/youtube-right-wing-channels.html>. Acesso em: 26 de setembro de 2018.

DAMAŠKA, Mirjan. **The Faces of Justice and State Authority**: a comparative approach to the legal process. New Haven: Yale University Press, 1986.

DONAIRE, Juan Antonio Carrillo. La protección de los derechos frente a los discursos del ódio: del Derecho repressivo a las políticas públicas antidiscriminatorias. In: ALONSO, Lucía; VÁZQUEZ, Víctor J. (org.) **Sobre la Libertad de Expresión y el Discurso del Odio**. Sevilla : Athenaica, 2017.

DWORKIN, Ronald. **Freedom’s Law**. The Moral Reading of the American Constitution. Nova Iorque : Oxford University Press, 1996.

_____. DWORKIN, Ronald. Foreword. In: HARE, Ivan; WEINSTEIN, James, (Eds). **Extreme Speech and Democracy**. Oxford : Oxford University Press, 2009, pp. vii e viii.

ESTADOS UNIDOS DA AMÉRICA. Suprema Corte. **Packingham v. Carolina do Norte**. 137 S. Ct. 1730, 1737 (2017).

ESTADOS UNIDOS DA AMÉRICA. Suprema Corte. **Manhattan Community Access Corp. et al. v. Halleck et al.** 17-1702 5807 U.S. 2019.

ESTADOS UNIDOS DA AMÉRICA. Casa Branca. **Executive Order on Preventing Online Censorship**. 28 de maio de 2020. Disponível em: <https://www.whitehouse.gov/presidential-actions/executive-order-preventing-online-censorship/>. Acedido em: 23 de setembro de 2020.

EUROPEAN COMMISSION. **Tackling online disinformation**. 7 jul. 2020. Disponível em: <<https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/tackling-online-disinformation>>. Acesso em: 07.12.2020

FELDMAN, Brian. The Only Pressure Facebook Understands Comes From Its Megaplatform rivals. **New York Magazine**, Nova Iorque, 6 de Agosto de 2018. Disponível em: <http://nymag.com/selectall/2018/08/the-only-pressure-facebook-understands-is-from-its-rivals.html>. Acesso em: 18 de setembro de 2018.

FUKUYAMA, Francis; GROTTO, Andrew. **Media Regulation in the United States and Europe**. In: Social Media and Democracy: The State of the Field, Prospects for Reform. Edited by PERSILY, Nathaniel; TUCKER, Joshua A. Nova York: Cambridge University Press, 2020.

GUESS, Andrew M; LYONS, Benjamin A. **Misinformation, Disinformation, and Online Propaganda**. In: Social Media and Democracy: The State of the Field, Prospects for Reform. Edited by PERSILY, Nathaniel; TUCKER, Joshua A. Nova York: Cambridge University Press, 2020.

HALLIN, D. C., MANCINI, P. **Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics**. Cambridge: Cambridge University Press, 2004.

MARS, Amanda. Zuckerberg se explica ao Legislativo dos EUA: “Isso é uma corrida armamentista” com a Rússia. **El País**, Madrid, 11 de abril de 2018. Disponível em: https://brasil.elpais.com/brasil/2018/04/10/internacional/1523380980_341139.html. Acesso em 18 de setembro de 2018.

MCHANGAMA, Jacob. The Death of the First Amendment in Cyberspace. **Quillette**, 22 de outubro de 2018. Disponível em: <https://quillette.com/2018/10/22/the-death-of-the-first-amendment-in-cyberspace/>. Acesso em 14 de novembro de 2018.

MELO, João Ozorio de. EUA aprovam primeira lei de permite processar sites de prostituição. **Consultor Jurídico**, 24 de março de 2018. Disponível em: <https://www.conjur.com.br/2018-mar-24/eua-aprovam-primeira-lei-permite-processar-sites-prostituicao> . Acesso em: 12 de outubro de 2018.

MILL, John Stuart. **Sobre a Liberdade**. Edições 7ª : Lisboa, 2015.

MIRANDA, Jorge. **Manual de Direito Constitucional** – Volume II. Coimbra : Coimbra Editora, 2014.

PARK, Melo. How social-media platforms dispense justice. **The Economist**, 6 de setembro de 2018. Disponível em: <https://www.economist.com/business/2018/09/08/how-social-media-platforms-dispense-justice?cid1=cust/ednew/n/bl/n/2018/09/6n/owned/n/n/nwl/n/n/LA/149526/n> . Acesso em: 18 de setembro de 2018.

ROSEMAIN, Mathieu; ROSE, MICHEL; BARZIC, Gwénaëlle. France to ‘embed’ regulators at Facebook to combat hate speech. **Reuters**, 12 de novembro de 2018. Disponível em: <https://www.reuters.com/article/us-france-facebook-macron/france-to-embed-regulators-at-facebook-to-combat-hate-speech-idUSKCN1NH1UK> . Acesso em: 14 de novembro de 2018.

S. M. Are Facebook and YouTube quasi-governmental actors? **The Economist**, Londres, 7 de agosto de 2018. Disponível em: https://www.economist.com/democracy-in-america/2018/08/07/are-facebook-and-youtube-quasi-governmental-actors?cid1=cust/ddnew/email/n/n/2018088n/owned/n/n/ddnew/n/n/n/nLA/Daily_Dispatch/email&etear=dailydispatch&utm_source=newsletter&utm_medium=email&utm_campaign=Daily_Dispatch&utm_term=2018088 . Acesso em 18 de setembro de 2018.

SHEPARDSON, David. Trump unblocks more Twitter users after U.S. court ruling. **Reuters**, 29 de Agosto de 2018. Disponível em: <https://www.reuters.com/article/us-usa-trump-twitter/trump-unblocks-more-twitter-users-after-u-s-court-ruling-idUSKCN1LE08Q> . Acesso em: 26 de setembro de 2018.

WOOLLEY, Samuel C. **Bots and Computational Propaganda: Automation for Communication and Control**. In: Social Media and Democracy: The State of the Field, Prospects for Reform. Edited by PERSILY, Nathaniel; TUCKER, Joshua A. Nova York: Cambridge University Press, 2020.

Recebido em: 15-11-2018

Aprovado em: 15-12-2020

Lucila Gabriella Maciel Carneiro Vilhena

Doutoranda em Direito Internacional e Europeu e bolsista pela Universidade de Lisboa. Mestrado em Direito pela Universidade de Coimbra. Especialização em Direito pela Universidade de Coimbra. Graduação em Direito pela Universidade de Coimbra. Professora da Universidade Estadual da Paraíba, no curso de Relações Internacionais, onde leciona a disciplina de Comércio Internacional. Orientadora dos projetos de iniciação científica UEPB/Cnpq e UEPB/Fapesq respectivamente sob os temas: “O empreendedorismo universitário à luz dos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável como ferramenta de desenvolvimento econômico local”; e “O algodão naturalmente colorido da Paraíba: Desafios e oportunidades face ao comércio internacional”. Orientadora do programa de extensão para a criação de uma incubadora universitária. Diretora Adjunta do Centro de Ciências Biológicas e Sociais Aplicadas. Assessora Jurídica da Agência de Inovação Tecnológica da UEPB. Membro do Centro de Estudos Avançados em Políticas Públicas e Governança. Advogada.

E-mail: lucilavilhena@gmail.com

Cynara de Barros Costa

Doutora em Direito Internacional pela Universidade Federal de Pernambuco (UFPE). Mestre em Direito Internacional pela Universidade Federal de Pernambuco (UFPE). Pesquisadora bolsista pela CAPES - Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior do Ministério da Educação durante o Mestrado e Doutorado. Professora Efetiva de Direito Constitucional, Teoria da Constituição e Processo Constitucional na Universidade Estadual da Paraíba (UEPB), Professora Adjunta na Universidade Federal de Campina Grande (UFCG) e pesquisadora em grupos de pesquisa vinculados ao CNPQ com projetos nas áreas de Direito Constitucional e Direito Internacional.

E-mail: cynarafdr@gmail.com

Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Jurídicas.

Rua Baraúnas, 351

Bairro universitário

58000000 - Campina Grande, PB - Brasil