

Revista Crítica Penal y Poder (Nueva Época) e-ISSN: 2014-3753

Noviembre de 2024, nº 27

Observatorio del Sistema Penal y los Derechos Humanos

Universidad de Barcelona

 © los autores



O LOBBYING NO PL DAS FAKE NEWS: ANÁLISE SOBRE O TRÂMITE LEGISLATIVO NA CÂMARA DOS DEPUTADOS E OS POSSÍVEIS REFLEXOS DOS POSICIONAMENTOS DOS GRUPOS DE PRESSÃO.

LOBBISME EN EL PROJECTE DE LLEI SOBRE NOTÍCIES FALSES: UNA ANÀLISI DEL PROCÉS LEGISLATIU EN LA CAMBRA DE DIPUTATS I LES POSSIBLES REPERCUSSIONS DE LES POSICIONS DELS GRUPS DE PRESSIÓ

LOBBYING IN THE DRAFT LAW ON FAKE NEWS: AN ANALYSIS OF THE LEGISLATIVE PROCESS IN THE CHAMBER OF DEPUTIES AND THE POSSIBLE REPERCUSSIONS OF LOBBYING POSITIONS

LOBBYING EN EL PROYECTO DE LEY SOBRE NOTICIAS FALSAS: UN ANÁLISIS DEL PROCESO LEGISLATIVO EN LA CÁMARA DE DIPUTADOS Y LAS POSIBLES REPERCUSSIONES DE LAS POSICIONES DE LOS GRUPOS DE PRESIÓN.

Chiavelli Facenda Falavigno* 
Universidade Federal de Santa Catarina

Lucas Luciano Kuhn*
Universidade Federal de Santa Catarina

DOI: <https://doi.org/10.1344/cpyp.2024.27.45302>

RESUMO

A tramitação do PL das fake news no Congresso Nacional tem sido polêmica, levando a um intenso debate nas redes sociais sobre a promulgação do projeto de lei. O presente trabalho, então, possui como objetivo central entender como ocorreu o lobbying em dito projeto e quais foram suas consequências, centrando-se a análise em notícias veiculadas na imprensa. Como hipótese inicial

* chiavelli.falavigno@gmail.com Professora de Direito Penal da Universidade Federal de Santa Catarina. Estágio pós doutoral em Política Legislativa Penal pela Universidade de Málaga, Espanha. Doutora pela Universidade de São Paulo. Coordenadora do Departamento de Política Legislativa do Instituto Brasileiro de Ciências Criminais.

* lucasluhn@gmail.com Mestrando pela Universidade Federal de Santa Catarina. Advogado.

apresentada, sabendo-se do peso das campanhas ventiladas pelas big techs, associada à ampla cobertura da imprensa nacional sobre o tema, é possível constatar que o PL n. 2.630/2020 vem sofrendo modificações restritivas e demoras injustificadas em função do forte lobbying praticado por esses grupos de pressão. O método a ser utilizado no presente trabalho é o estudo de caso, enquanto a técnica de pesquisa será a bibliográfica direta e indireta.

Palavras-chave: Lobbying; projeto de lei das fake news; mídia; tramitação legislativa.

RESUM

L'avanç del projecte de llei sobre fake news en el Congrés ha estat controvertit, la qual cosa ha provocat un intens debat en les xarxes socials sobre la seva promulgació. L'objectiu principal d'aquest treball és entendre com es va produir el lobby en aquest projecte de llei i quines van ser les seves conseqüències, centrant l'anàlisi en les notícies publicades en premsa. Com a hipòtesi inicial, coneixent el pes de les campanyes realitzades per les grans tecnològiques, sumat a l'àmplia cobertura de la premsa nacional sobre el tema, és possible constatar que el Projecte de Llei 2.630/2020 ve sofrint modificacions restrictives i demores injustificades a causa del fort lobbisme practicat per aquests grups de pressió. El mètode que s'utilitzarà en aquest treball és l'estudi de cas, mentre que la tècnica de recerca serà bibliogràfica directa i indirecta.

Paraules clau: lobbisme, projecte de llei sobre fake news, mitjans de comunicació, procediment legislatiu

ABSTRACT

The fake news bill's progress through Congress has been controversial, leading to an intense debate on social media about the bill's enactment. The main objective of this paper is to understand how lobbying occurred in this bill and what its consequences were, focusing the analysis on news published in the press. As an initial hypothesis, knowing the weight of the campaigns run by the big techs, coupled with the wide coverage of the national press on the subject, it is possible to see that Bill 2.630/2020 has been undergoing restrictive modifications and unjustified delays due to the strong lobbying practiced by these pressure groups. The method to be used in this work is the case study, while the research technique will be direct and indirect bibliography.

Keywords: Lobbying; fake news bill; media; legislative procedure.

Resumen

El avance del proyecto de ley sobre fake news en el Congreso ha sido controvertido, lo que ha provocado un intenso debate en las redes sociales sobre su promulgación. El objetivo principal de este trabajo es entender cómo se produjo el lobby en este proyecto de ley y cuáles fueron sus consecuencias, centrandó el análisis en las noticias publicadas en prensa. Como hipótesis inicial, conociendo el peso de las campañas realizadas por las grandes tecnológicas, sumado a la amplia cobertura de la prensa nacional sobre el tema, es posible constatar que el Proyecto de Ley 2.630/2020 viene sufriendo modificaciones restrictivas y demoras injustificadas debido al fuerte lobbying practicado por estos grupos de presión. El método que se utilizará en este trabajo es el estudio de caso, mientras que la técnica de investigación será bibliográfica directa e indirecta.

Palabras clave: Lobbying; proyecto de ley sobre fake news; medios de comunicación; procedimiento legislativo.

Introdução

O *lobbying* está longe de ser uma atividade bem vista pela população brasileira, haja vista que o termo foi utilizado, ao longo dos anos, de forma negativa pela imprensa nacional, principalmente quando o vinculava a situações ligadas à corrupção ou ao tráfico de influência (Oliveira, 2005, p. 31). Entretanto, esse raciocínio de que o instituto estaria associado necessariamente à busca de um apoio parlamentar por meio de ofertas de benefícios ou favores não republicanos está longe de se basear em alguma evidência sistemática (Santos, *et al*, 2019, p. 24). Fato é que o *lobbying* existe desde os primórdios do Estado Moderno e assim permanecerá existindo num Estado democrático. Não poderia estar ausente, portanto, no momento da regulação de temas tão relevantes, como o trâmite de informações e dados pela internet.

Dito trâmite contínuo, aliás, é uma consequência inevitável da sociedade atual, haja vista a exponencial imersão tecnológica dos últimos anos, sobretudo após a pandemia de COVID-19. O isolamento social provocado pelo vírus transformou diversas relações laborais e sociais, que passaram a ocorrer e funcionar na maior parte do tempo por meio do uso de redes sociais, plataformas virtuais e outras formas de tecnologia.

Quando ditas informações ou notícias, por muitas vezes, acabam não veiculando circunstâncias que correspondem à realidade, ou seja, acabam por distribuir inverdades, elas ganham um nome que, em que pese esteja em inglês, já é bastante conhecido no Brasil: fake news.

Em que pese o conceito seja posterior à origem da conduta¹, entende-se por disseminação de fake news (desinformação) a proliferação de notícias falsas na internet, tendo como função principal influenciar opiniões, persuadir pessoas e captar seguidores na internet (Farias; Damasceno; Juliotti, 2023, pp. 109/110).

Diante desse cenário, países ao redor do mundo têm criado leis próprias para regulamentar e combater as fake news, como França², Alemanha³, Malásia⁴ entre outros.

No Brasil, ainda não há nenhuma legislação específica promulgada para o combate à prática; o que há, de fato, é a tramitação de um projeto de lei na Câmara dos Deputados (n. 2.630/2020) que visa a instituir, em seu texto original, a “Lei Brasileira de Liberdade, Responsabilidade e Transparência na Internet”.

O Projeto de Lei (PL) n. 2.630/2020⁵ foi apresentado à Câmara de Deputados em 03/07/2020, tendo sido originalmente proposto perante o Senado Federal pelo Senador Alessandro Vieira (do partido Cidadania/SE), em 13/05/2020, sendo lá votado e aprovado em turno único.⁶ A tramitação do projeto

¹ Segundo Farias, Damasceno e Juliotti (2023, p. 109) “Informações falsas integram o cotidiano das pessoas desde a formação das primeiras civilizações. Um dos longínquos registros data de 1522, quando o escritor, poeta e dramaturgo italiano Petro Aretino (1492-1556) tentou manipular a eleição para pontífice escrevendo sonetos perversos sobre os candidatos, porém preservando o preferido por seus patronos, os Médicis.”

² A França aprovou em 20/11/2018 o projeto lei n. 2018-1202, intitulado como “Lutte contre la manipulation de l’information”, cujo trâmite legislativo pode ser estudado em: <https://www.senat.fr/dossier-legislatif/pp117-623.html>. Acesso em 24 nov. 2023.

³ A Alemanha possui a “NetzDG”, que é a “Lei de Fiscalização de Rede” daquele país. Pode ser consultada em: <https://www.gesetze-im-internet.de/netzdg/index.html>. Acesso em 24 nov. 2023.

⁴ Disponível em: <https://www.ex.ilo.org/dyn/natlex2/natlex2/files/download/106305/MYS106305%20Mys.pdf>.

⁵ Disponível em: <https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=2256735>. Acesso em: 10 jul. 2023.

⁶ Para maiores detalhes sobre a tramitação do Projeto de Lei das Fake News no Senado: <https://www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/materia/141944>. Acesso em 21 jul. 2023.

de lei no Senado ocorreu de forma “rápida” (pouco menos de 02 meses), motivo pelo qual se enfocará este trabalho apenas no trâmite legislativo junto à Câmara de Deputados.

Foi quando chegou a essa Casa Legislativa que o PL passou a tramitar mais lentamente, e também a ganhar maior notoriedade.

Ao longo dessa tramitação, há uma série de medidas que foram adotadas por grandes *big techs*, pela própria Câmara e, também, pela população nacional, que merecem destaque. O presente trabalho, então, possui como objetivo central a análise da presença do *lobbying* na tramitação de dito projeto de lei, bem como de suas consequências.

No primeiro tópico se abordará o conceito do termo *lobby*, quem o pratica e de que maneira. No tópico seguinte, se analisará o texto original do PL n. 2.630/2020 para, no tópico seguinte, verificar-se a tramitação do mencionado projeto em paralelo com as notícias veiculadas na imprensa⁷.

Com essa régua traçada, analisar-se-á o texto substitutivo apresentado pelo Relator do PL na Câmara, buscando constatar as consequências das ações tomadas pelos grupos de pressão.⁸

Como hipótese inicial apresentada, tem-se que o peso das campanhas ventiladas pelas *big techs*, associada à ampla cobertura da imprensa nacional sobre o tema, levou o PL n. 2.630/2020 a sofrer diversas mudanças em seu trâmite e redação.

O método a ser utilizado no presente trabalho é o estudo de caso, enquanto a técnica de pesquisa será a bibliográfica direta e indireta.

O que é *lobbying*: quem faz e como se pratica

Segundo o dicionário “Michaelis”, o termo lobby possui, basicamente, dois significados, um deles no sentido literal da tradução da palavra (*Salão ou vestibulo bem amplo na entrada de um hotel, teatro, cinema ou de qualquer outro edifício*) e outro político (*Atividade de pressão por parte de um grupo organizado, a fim de exercer influência no voto de parlamentares, conforme determinados interesses; lobismo*).⁹

Ao presente estudo, interessa o segundo significado apresentado, sem, contudo, abandonar-se a compreensão do primeiro. Isso porque a própria origem do termo *lobbying* é controversa entre os estudiosos do tema, mas a derivação do segundo a partir do primeiro aparenta ser unânime.

⁷ As notícias consultadas, em suma maioria, originárias do site da Câmara dos Deputados, no qual há um “histórico” de notícias veiculadas ao projeto de lei, em que se encontram todas as informações noticiadas na mídia, pela Câmara, referentes ao PL estudado, disponível no link: https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/prop_noticias?idProposicao=2256735. As notícias foram acessadas no ano de 2023, entre julho e novembro daquele ano. Quanto as notícias com maior “impacto”, buscou-se apoio em outros jornais também, mediante a utilização de algumas palavras chave (como por exemplo “big techs”, “PL das fake news”), para esclarecer quais táticas as plataformas utilizaram contra o projeto, principalmente em situações em que o site da Câmara não era tão elucidativo sobre a temática; sobre as palavras chave, em algumas situações o site da Câmara fazia uma breve menção a algum ato praticado pelas empresas de tecnologia, de forma vaga, sendo que a pesquisa “externa” era feita filtrando as informações contidas na página inicialmente estudada, aplicando-se o filtro temporal (data em que a notícia estava sendo veiculada). No ponto, foi feita a pesquisa, num primeiro momento, diretamente nos canais de comunicação das big techs; caso não houvesse qualquer manifestação no canal oficial da página, foram consultados os canais de comunicação disponíveis na internet, buscando sempre alcançar a fonte original da notícia veiculada.

⁸ Para fins de delimitação conceitual, neste trabalho adotar-se-á como conceito de “grupos de pressão”, aquele proposto por Themístocles Brandão (1958, p.5), que “Sob a denominação de “grupos de pressão” entende-se geralmente aqueles grupos organizados para a defesa de interesses próprios, interesses de naturezas diversas, e que atuam sobre os órgãos responsáveis do Estado, para obter os benefícios que pretendem”.

⁹ Disponível em: <https://michaelis.uol.com.br/busca?r=0&f=0&t=0&palavra=lobby>. Acesso em 09 jul. 2023.

Uma das teses mais aceitas sobre a origem moderna do que se conhece como *lobbying* é a proposta por Zetter (2014, p. 06), no sentido de que a prática da atividade teria surgido pela metade do século XIX, em Washington, com a busca pelo presidente norte americano Ulysses S Grant num bar localizado no *lobby* do Hotel Willard (do qual o chefe do executivo seria frequentador assíduo) por aqueles que tinham interesse em exercer algum tipo de influência no governo.

Há, contudo, quem defenda que o *lobby* teria iniciado na Inglaterra, por volta do século XVI, com a mesma linha de prática apontada acima, dessa vez sendo abordados os Parlamentares das Câmaras dos Lordes e dos Comuns (Gontijo, 2019, p. 20).

Conforme defendem Seligman e Bandeira (2018, p. 217), o instituto do *lobby* passou a efetivamente fazer parte da política na era moderna, no período que antecede as primeiras democracias recentes.

Em inglês, segundo o dicionário Oxford, *lobby*, duma perspectiva parlamentar/política inglesa, é um local aberto ao público, uma grande sala, para que as pessoas possam encontrar e conversar com membros do Parlamento (tradução livre)¹⁰. Percebe-se, então, a relação intrínseca entre o significado original da palavra e o “surgimento moderno” da prática do instituto.

Contudo, a prática do *lobby* em si é datada de muito antes do século XIX. Para Zetter (2014, p. 06), até mesmo na Grécia e Roma antigas era possível constatar a existência de “lobistas”, que nada mais eram do que cidadãos que buscavam aos “senadores” para verem observados seus interesses privados. Com esse breve histórico, já se percebe a complexidade na definição da atividade do *lobby*; no entanto, pode-se conceituar o instituto como sendo o processo por meio do qual os grupos de pressão buscam influenciar a tomada de decisões Estatal, buscando contribuir (mesmo que apenas a seus interesses), de algum modo, com a elaboração das políticas públicas de um país (Oliveira, 2005, p. 29). Como consequência desse conceito, é correto afirmar que “os lobistas são indivíduos que defendem interesses ao longo de processos de tomada de decisão do poder público” (Mancuso; Gozetto, 2018, p. 33).

Especificamente no campo da criminalidade econômica, aliás, há quem defina o *lobbying* como um dos mecanismos utilizados pelos grupos de poder para blindar-se da responsabilização, interferindo na confecção da legislação penal. Sobre o tema já escreveram Sutherland (1940) e, mais recentemente, Gregg Barak (2015), Vincenzo Ruggiero (2007) e outros. Ainda que esta não seja a definição do instituto em si, pode ser um exemplo de seu uso que influi diretamente na política criminal ora vigente no setor e, portanto, tema relevante para pesquisadores da área. Inclusive, como se desenvolverá ao longo dos próximos tópicos, o risco de eventual responsabilização (que representa um interesse privado das empresas) é, sem dúvida, um dos motores que leva à intervenção no PL estudado.

Para Mancuso e Gozetto (2018, pp. 33/34), existem dois tipos de lobistas: os profissionais, que são contratados formalmente e recebem alguma remuneração, subdivididos em autônomos (que são contratados especificamente para realização de alguma tarefa) ou empregados (que defendem os interesses da organização que pertencem), e os voluntários, que exercem a atividade sem um contrato formal que incorra em responsabilidades ou contrapartidas.

Com base nessas perspectivas, é correto afirmar que o *lobbying* é exercido em qualquer lugar e em qualquer “nível” (nacional, estadual ou regional), tendo como “alvo” os representantes do poder

¹⁰ No original: (in the British Parliament) a large hall that is open to the public and used for people to meet and talk to Members of Parliament. Disponível em: https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/lobby_1?q=lobby. Acesso em 12 jul. 2023.

público, que podem ser do Legislativo, Executivo ou Judiciário¹¹ (Mancuso; Gozetto, 2018, pp. 43/44).

De acordo com o estudo publicado por Santos, *et al* (2019, pp. 23/26) no ano de 2019, entre os anos de 2012 e 2013 havia 179 entidades praticantes de *lobbying* cadastradas na Câmara, e das 65 que responderam a um questionário por eles, todas consideraram aquela Casa Legislativa como um local relevante para tomada de decisões.

Analisar, então, o trâmite do projeto de lei n. 2.630/2020 na Câmara dos Deputados e os efeitos do *lobbying* praticado pelas instituições e grupos de pressão faz-se essencial, algo que será realizado nos tópicos a seguir.

O Projeto de Lei n. 2.630/2020 e seu texto original

Em seu texto original (como recebido na Câmara dos Deputados), o PL traz 36 artigos de lei apresentados em 7 capítulos diferentes. Ele está assim organizado, por capítulos: I (Disposições Preliminares); II (Da Responsabilidade e da Transparência no uso da Redes Sociais e de Serviços de Mensageria Privada); III (Da Atuação do Poder Público¹²); IV (Do Conselho de Transparência e Responsabilidade na Internet); V (Da Autorregulação Regulada); VI (Das Sanções); e VII (Disposições Finais). Já em seu artigo 1º, *caput*, o projeto esclarece que possui como norte central estabelecer as normas, diretrizes e mecanismos de transparência para provedores de redes sociais e de serviços de mensagens privados¹³. Os artigos 3º e 4º pautam os princípios e objetivos daquele projeto de lei. Por sua vez, o art. 5º apresenta um rol de conceitos e significados¹⁴, seguindo uma

¹¹ Sobre o lobby no Judiciário, o cenário de atuação é um pouco mais “delicado”, visto que uma atuação exacerbada poderia ser confundida, ou caracterizar, algum tipo de corrupção. Pondera Guimarães (2020, p. 248) que “Ao compararmos o lobby exercido nos poderes Executivo e Legislativo com aquele exercido no poder Judiciário, é possível dizer que, neste último, a atuação dos grupos de interesse tende a ser de forma mais contida. Isso porque as regras e o desenho institucional do Judiciário impõem que as interações sejam mais formais.”

¹² De acordo com o glossário da Câmara dos Deputados, a expressão “Poder Público” pode ser definida como “Conjunto dos órgãos por meio dos quais o Estado e outras pessoas públicas exercem suas funções específicas. O poder do Estado, pelo qual ele mantém a própria soberania. O governo.” Disponível em: [¹³ Em que pese propor tal regulamentação, o §1º do artigo mencionado limita o alcance da eventual lei, que abarcaria apenas aos provedores de redes sociais e serviços de mensagem com mais de 2 milhões de usuários.](https://www2.camara.leg.br/a-camara/estruturaadm/gestao-na-camara-dos-deputados/responsabilidade-social-e-ambiental/ acessibilidade/glossarios/dicionario-de-libras/p/poder-publico#:~:text=Conjunto%20dos%20%C3%B3rg%C3%A3os%20por%20meio,O%20governo. Acesso em 20 nov. 2023.</p>
</div>
<div data-bbox=)

¹⁴ Art. 5º Para os efeitos desta Lei, considera-se: I – conta identificada: conta cujo titular tenha sido plenamente identificado pelo provedor de aplicação, mediante confirmação dos dados por ele informados previamente; II – conta inautêntica: conta criada ou usada com o propósito de assumir ou simular identidade de terceiros para enganar o público, ressalvados o direito ao uso de nome social e à pseudonímia nos termos desta Lei, bem como o explícito ânimo humorístico ou de paródia; III – rede de distribuição artificial: comportamento coordenado e articulado por intermédio de contas automatizadas ou por tecnologia não fornecida ou autorizada pelo provedor de aplicação de internet, ressalvadas as que utilizam interface de programação de aplicações, com o fim de impactar de forma artificial a distribuição de conteúdo; IV – conta automatizada: conta preponderantemente gerida por qualquer programa de computador ou tecnologia para simular ou substituir atividades humanas na distribuição de conteúdo em provedores de redes sociais e de serviços de mensageria privada; V – conteúdo: dados ou informações, processados ou não, contidos em qualquer meio, suporte ou formato, compartilhados em redes sociais ou serviços de mensageria privada, independentemente da forma de distribuição, publicação ou transmissão utilizada pela internet; VI – publicidade: mensagens publicitárias veiculadas em troca de pagamento pecuniário ou valor estimável em dinheiro para as empresas enquadradas nesta Lei; VII – impulsionamento: ampliação do alcance de conteúdos mediante pagamento pecuniário ou valor estimável em dinheiro para as empresas enquadradas nesta Lei; VIII – rede social: aplicação de internet que se destina a realizar a conexão de

tendência recente do Congresso Nacional quando colocada em tramitação ou promulgada alguma lei que verse sobre tecnologia¹⁵.

Adentrando no capítulo II do PL, que trata da responsabilidade e transparência no uso das redes sociais e serviços de mensagens, o art. 6º trata sobre as disposições gerais para essa regulamentação, apresentado cuidados norteadores que devem ser adotados pelos provedores de redes sociais e mensageria privada.

Os 7º e 8º artigos do projeto de lei buscam regulamentar o cadastramento de conta dos usuários nas plataformas digitais, exigindo, por exemplo, que, em aqueles cadastros em que houver alguma denúncia ou suspeita de automatização, o provedor exija a apresentação de documento de identidade válido para manutenção do registro na rede social.

O art. 9º dirige-se especificamente aos serviços de mensageria privada (como Telegram ou WhatsApp), apontando as políticas de uso a serem adotadas por aquelas empresas. Os artigos 10¹⁶ e 11 visam regulamentar os envios de mensagens por “encaminhamentos em massa”¹⁷ e o art. 12 dispõe que devem os provedores garantir acesso à informação de seus usuários no processos de elaboração e aplicação de seus termos de uso.

Sobre a transparência dos provedores de internet, diz o art. 13 do PL em análise que devem eles produzir trimestralmente “relatórios de transparência”, que serviriam a informar os procedimentos e decisões de tratamento de conteúdos gerados por terceiros no Brasil.

Entre os artigos 14 a 17 é trabalhado no PL o sistema de impulsionamento e publicidade, como os anúncios pagos do Youtube ou os *posts* patrocinados do Instagram.

O art. 15 contém uma determinação interessante no tocante à transparência publicitária, mais direcionada à propaganda eleitoral:

Art. 15. Os provedores de redes sociais que fornecerem impulsionamento de propaganda eleitoral ou de conteúdos que mencionem candidato, coligação ou partido devem disponibilizar ao público todo o conjunto de anúncios para efeito de checagem pela Justiça Eleitoral e outros fins, incluindo:

I – valor total gasto pelo candidato, partido ou coligação para realização de propaganda na internet por meio de impulsionamento de conteúdo no respectivo provedor de aplicação;

usuários entre si, permitindo e tendo como centro da atividade a comunicação, o compartilhamento e a disseminação de conteúdo em um mesmo sistema de informação, através de contas conectadas ou acessíveis entre si de forma articulada; e IX – serviço de mensageria privada: aplicação de internet que viabiliza o envio de mensagens para destinatários certos e determinados, inclusive protegidas por criptografia de ponta a ponta, a fim de que somente remetente e destinatário da mensagem tenham acesso ao seu conteúdo, excluídas aquelas prioritariamente destinadas a uso corporativo e os serviços de correio eletrônico.

¹⁵ Por exemplo, cite-se o art. 5º da Lei Geral de Proteção de Dados – LGPD, onde também é apresentado um rol de conceitos a nortear a aplicação daquela legislação.

¹⁶ O art. 10 foi um dos pontos mais criticados pela imprensa em geral, dispondo que: Art. 10. Os serviços de mensageria privada devem guardar os registros dos envios de mensagens veiculadas em encaminhamentos em massa, pelo prazo de 3 (três) meses, resguardada a privacidade do conteúdo das mensagens.

¹⁷ Conforme dispõe o §1º, do art. 10: Considera-se encaminhamento em massa o envio de uma mesma mensagem por mais de 5 (cinco) usuários, em intervalo de até 15 (quinze) dias, para grupos de conversas, listas de transmissão ou mecanismos similares de agrupamento de múltiplos destinatários.

II – identificação do anunciante, por meio do número de inscrição no Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica (CNPJ) ou no Cadastro de Pessoas Físicas (CPF) do responsável pela contratação do impulsionamento;

III – tempo de veiculação;

IV – identificação de que o conteúdo se relaciona a propaganda eleitoral, nos termos do art. 57-C da Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997 (Lei das Eleições); e

V – características gerais da audiência contratada.

Não deixa de ser interessante que o projeto analisado exija que seja disponibilizado o valor total gasto pelo candidato, partido ou coligação para a realização de determinada propaganda impulsionada na internet, visto a necessidade de se observar a transparência quanto aos gastos eleitorais e, também, como forma de facilitar a fiscalização e identificação de investidores que as impulsionam.

Entre os artigos 18 a 24 é tratada a atuação do Poder Público (capítulo III), com instruções que giram, em síntese, em torno de uma conduta transparente e ativa pela Administração Pública sobre qualquer publicidade que incite ataques à democracia ou afins.¹⁸

No capítulo IV do PL analisado, entre os artigos 25 a 29, é criado e delimitado o “Conselho de Transparência e Responsabilidade na Internet”, que deveria ser instituído pelo Congresso Nacional e seria responsável pelo acompanhamento das medidas que trataria a lei, e seria composto pelo total de 21 conselheiros, pertencentes a instituições diversas, inclusive da sociedade civil¹⁹.

É previsto no projeto de lei a possibilidade de os provedores de redes sociais e serviços de mensageria criarem um instituto de autorregulação, no intuito de, conforme alega o PL, conferir maior transparência e responsabilidade no uso da internet.

Já no artigo 31, capítulo VI, são dispostas as sanções em face dos provedores que descumprirem as determinação daquela “lei”, sem prejuízo das punições cíveis, criminais ou administrativas. Basicamente, há dois tipos de sanções: uma advertência ou uma multa, correspondente a 10% do faturamento do grupo econômico no Brasil no último exercício financeiro.

Por fim, entre os artigos 32 a 36 se encontram as disposições finais do projeto que prevê, inclusive, uma *vacatio legis* de 90 dias após a promulgação, salvo quanto aos dispositivos 25 a 29, que passariam a vigorar imediatamente.

Em que pese versar sobre uma matéria complexa, o projeto de lei original apresenta um texto relativamente curto e, de certa forma, superficial sobre alguns pontos. No entanto, ao decorrer do

¹⁸ Visando “atualizar” a legislação sobre o assunto, o Legislativo editou a lei n. 14.197/2021 incluiu ao Código Penal o Título XII, que prevê os “Crimes contra o Estado Democrático de Direito”, revogando a lei n. 7.170/1983 (Lei de Segurança Nacional), promulgada em 01/09/2021 pelo então Presidente da República Jair Messias Bolsonaro.

¹⁹ Diz o art. 26, sobre a composição dos membros: Art. 26. O Conselho de Transparência e Responsabilidade na Internet compõe-se de 21 (vinte e um) conselheiros, com mandato de 2 (dois) anos, admitida 1 (uma) recondução, sendo: I – 1 (um) representante do Senado Federal; II – 1 (um) representante da Câmara dos Deputados; III – 1 (um) representante do Conselho Nacional de Justiça; IV – 1 (um) representante do Conselho Nacional do Ministério Público; V – 1 (um) representante do Comitê Gestor da Internet no Brasil; VI – 5 (cinco) representantes da sociedade civil; VII – 2 (dois) representantes da academia e comunidade técnica; VIII – 2 (dois) representantes dos provedores de acesso, aplicações e conteúdo da internet; IX – 2 (dois) representantes do setor de comunicação social; X – 1 (um) representante do setor de telecomunicações; XI – 1 (um) representante do Conselho Nacional dos Chefes de Polícia Civil; XII – 1 (um) representante do Departamento de Polícia Federal; XIII – 1 (um) representante da Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel); e XIV – 1 (um) representante do Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária (Conar).

trâmite legislativo, foi apresentado pelo Relator do PL um texto substitutivo, que será analisado no tópico a seguir.

Tramitação do PL n. 2.630/2020 e notícias veiculadas

Neste tópico serão analisados os principais pontos da tramitação do PL em análise e as notícias veiculadas junto ao próprio site da Câmara de Deputados no intuito de se verificar a publicidade e o *lobbying* exercido pelos grupos de pressão na Casa Legislativa durante processo.

A tramitação tem início em 03/07/2020, com o recebimento do ofício n. 591/2020 encaminhado pelo Senado Federal.. No mesmo dia, foi veiculada notícia junto ao site da Câmara intitulada “Projeto do Senado de combate a notícias falsas chega à Câmara”²⁰.

O PL analisado já chegou à Câmara de Deputados sob uma forte desconfiança social, haja vista que conforme consta do resultado final de sua consulta pública junto ao e-cidadania, ele foi desaprovado pela maioria dos votantes (cerca de 54,6% - 424.819 votos)²¹.

É certo que o espaço amostral da consulta pública acima mencionada é ínfimo perto do total populacional do Brasil, contudo o posicionamento ali demonstrado já dava fortes indicativos sobre a tramitação conturbada que o PL enfrentaria.

Em 13/07/2020, foi publicada notícia intitulada “Câmara promove ciclo de debates virtuais sobre a Lei das Fake News”, afirmando que Deputados discutiriam com especialistas o projeto sobre notícias falsas²².

No mesmo dia, foi publicada notícia intitulada “Deputados querem aprimorar projeto contra fake News aprovado pelo Senado”²³, em que são ressaltados alguns pontos positivos sobre o projeto analisado, principalmente no tocante às regras de transparência.

Por outro lado, é fortemente criticada a possibilidade de rastreabilidade em serviços de mensagem (art. 10 do texto original), sendo que a notícia apresenta ao leitor uma séria de posicionamentos contrários:

A representante do Fórum Nacional pela Democratização pela Comunicação Renata Mielle foi umas das que criticou a possibilidade de rastreabilidade de mensagens possibilitada pelo artigo. “Não será medida eficaz, mas vai trazer impactos negativos para a liberdade de expressão, privacidade e segurança dos usuários”, alertou.

Para ela, a lei deve regular sobretudo comportamentos ilegítimos e o uso de poder econômico para viralizar conteúdo ilegal de forma artificial. Para isso, é preciso proibir o uso não identificado de robôs na internet e vedar a comercialização de aplicativos externos de disparos em massa - tal qual já propõe o projeto.

Para a professora da Universidade de Brasília (UnB) Laura Mendes, o artigo é preocupante e ineficaz. “Ele é, por um lado, ineficaz, porque quem quer cometer crimes vai conseguir burlar

²⁰ Disponível em: <https://www.camara.leg.br/noticias/673694-projeto-do-senado-de-combate-a-noticias-falsas-chega-a-camara/>. Acesso em 20 jul. 2023.

²¹ Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/ecidadania/visualizacaomateria?id=141944>. Acesso em 20 jul. 2023.

²² Disponível em: <https://www.camara.leg.br/noticias/675278-camara-promove-ciclo-de-debates-virtuais-sobre-a-lei-das-fake-news/>. Acesso em 20 jul. 2023.

²³ Disponível em: <https://www.camara.leg.br/noticias/675696-deputados-querem-aprimorar-projeto-contrafake-news-aprovado-pelo-senado/>. Acesso em 20 jul. 2023.

e, por outro lado, vai permitir o rastreamento de toda a população brasileira, instituindo mecanismo de vigilância e colocando toda a população sob suspeita”, avaliou²⁴.

No dia seguinte, consta na tramitação do PL em análise, apenas o apensamento de três diferentes projetos ao aqui analisado: o de n. 3.627/2020²⁵, de n. 517/2020²⁶ e o de n. 693/2020²⁷.

Em 15/07/2020, um dia após os apensamentos acima mencionados, um grupo de Deputados do PSL – Partido Social Liberal posicionou-se contra o PL analisado, apontando a inconstitucionalidade dele por cercear a liberdade de expressão.

Cinco dias após o posicionamento dos Deputados, o projeto continuou sob intenso debate, conforme notícia veiculada em que “Debatedores divergem sobre novas regras para publicidade no Projeto das Fake News”²⁸, na qual se relata que empresas como Facebook, por exemplo, já afirmavam não ter como serem responsabilizadas pelas postagens de seus usuários.

Os dias seguintes continuaram com o intenso debate sobre o PL, com críticas à permissão dos provedores de internet em terem acesso aos documentos de identidade do usuário²⁹ e o alerta de que o arquivamento de registros de mensagens encaminhadas poderia levar à vigilância pelos provedores e pelo Governo³⁰.

Mais uma vez, as críticas ao art. 10 do PL em análise foram recorrentes pelos especialistas ouvidos pela Câmara.

O primeiro indicativo de aceleração para votação do PL analisado é a fala do então presidente da Câmara dos Deputados Rodrigo Maia, que afirmou publicamente à imprensa que apressaria a tramitação do projeto após o Youtuber Felipe Neto sofrer uma série de ataques por ser um crítico do governo³¹.

Entre os anos de 2020 a 2021, o projeto passou por uma série de debates entre especialistas, com opiniões divididas sobre a temática. Durante a discussão acerca do PL, diversos grupos de pressão, desde jornalistas a ativistas digitais buscavam expressar seus posicionamentos sobre a matéria.

²⁴ Disponível em: <https://www.camara.leg.br/noticias/675696-deputados-querem-aprimorar-projeto-contrafake-news-aprovado-pelo-senado/>. Acesso em: 20 jul. 2023.

²⁵ Conforme ementa: Altera a Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014, para criar mecanismos de verificação de identidade dos perfis ativos em aplicações de internet que atuem como redes sociais e plataforma de registro de ocorrência policial na hipótese de crimes contra a honra cometidos ou divulgados em quaisquer modalidades das redes sociais da rede mundial de computadores e dá outras providências. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=2256710>. Acesso em 20 jul. 2023.

²⁶ Conforme ementa: Altera a Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014, para dispor sobre o exercício da atividade jornalística na rede mundial de computadores. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=2238402>. Acesso em 20 jul. 2023.

²⁷ Que diz em sua ementa: Dispõe sobre a responsabilidade sanitária da conduta das autoridades públicas, tipifica o crime de divulgação ou compartilhamento de informação falsas que atentem contra a segurança sanitária e dá outras providências. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=2239459>. Acesso em 20 de jul. 2023.

²⁸ Disponível em: <https://www.camara.leg.br/noticias/677545-debatedores-divergem-sobre-novas-regras-para-publicidade-no-projeto-das-fake-news/>. Acesso em 20 jul. 2023.

²⁹ Disponível em: <https://www.camara.leg.br/noticias/679050-especialistas-criticam-permissao-para-rede-social-pedir-documento-de-identidade-do-usuario/>. Acesso em 20 jul. 2023.

³⁰ Disponível em: <https://www.camara.leg.br/noticias/679333-guarda-de-registros-de-mensagens-encaminhadas-em-massa-pode-levar-a-vigilancia-alertam-especialistas/>. Acesso em 20 jul. 2023.

³¹ Disponível em: <https://www.camara.leg.br/noticias/681223-maia-quer-acelerar-projeto-sobre-fake-news-apos-ataques-a-felipe-neto/>. Acesso em 20 jul. 2023.

Em 15/04/2021, o PL analisado foi encaminhado às Comissões de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática – CCTCI; Finança e Tributação e Constituição e Justiça, em regime de tramitação de prioridade, indicando que as articulações propostas por Maia demonstraram algum resultado.

Contudo, é no ano de 2021 que as plataformas digitais começam a exercer uma maior pressão junto aos Deputados.

Em 26/04/2021 foi encaminhada ao Relator, pela CCTCI um requerimento (n. 51/2021) para realização de audiências públicas para o debate do PL das Fake News, a ser conduzido por três mesas com temas diferentes, sendo: Mesa 1 – Desinformação, liberdade de expressão e moderação de conteúdo; Mesa 2 – Desinformação e proteção à privacidade; e Mesa 3 – Desinformação, transparência e governança das plataformas.

Conforme justificativa apresentada por aquela Comissão, a rodada pública de debates fazia-se necessária para reacender a discussão sobre uma série de riscos pendentes no PL, tudo na intenção de que a Câmara pudesse encaminhar ao Senado, novamente, um texto de lei que atendesse aos anseios sociais³².

Em 06/05/2021 o requerimento acima mencionado foi “endossado” por outro também da CCTCI, à época presidida pelo Deputado Paulo Ganime (Novo/RJ), de n. 59/2021, dessa vez com um rol maior de temas, sendo um total de 12³³, com participação ampla dos provedores que seriam afetados pela promulgação do PL (por exemplo, Twitter, Facebook, Google, WhatsApp etc).

Conforme notícia veiculada em 10/08/2021, o Facebook já se posicionava por uma flexibilização sobre as regras impostas aos provedores:

Já a gerente de Política Públicas do Facebook no Brasil, Rebeca Garcia, defendeu que as regras contidas na lei sejam flexíveis e não detalhadas, por conta da rapidez da evolução tecnológica, de forma que a lei não seja logo ultrapassada. Para ela, a transparência na moderação deve ser concentrada em informar o usuário e lhe dar possibilidade de contestação. Rebeca ressaltou ainda que o devido processo legal não pode permitir que discursos de ódio permaneçam no ar³⁴.

Em 12 de agosto de 2021, seguia o projeto sob intenso debate, sendo que um dos principais enfoques apontados era a responsabilização das provedoras de redes sociais. Conforme notícia veiculada pela

³² https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/prop_mostrarintegra?codteor=1999390&filename=Tramitacao-PL%202630/2020. Acesso em: 20 jul. 2023.

³³ Segundo o requerimento, seriam os temas: Tema 1 – Necessidade de regulamentação do combate à desinformação, formas de regulamentação e a viabilidade de auto/co-regulamentação; Tema 2 – Novas oportunidades de transparência, responsabilidade e participação cívica; Tema 3 – Moderação de conteúdos e liberdade de expressão; Tema 4 – A democratização do acesso à publicidade via plataformas digitais; Tema 5 – Protegendo a democracia da desinformação: uma responsabilidade compartilhada; Tema 6 – Como identificar agentes maliciosos sem ferir a proteção de dados?; Tema 7 – Como combater a desinformação nos serviços de mensageria privada?; Tema 8 – Tecnologia e soberania nacional; Tema 9 – Aumentando a conscientização sobre a desinformação: O Papel da educação midiática, dos checadores de Fatos, Pesquisadores e da Mídia; Tema 10 – Como unificar a aplicação de uma lei para diferentes tipos de plataformas; Tema 11 – Boas práticas no combate à desinformação durante a Pandemia de Covid19; e Tema 12 – Impactos de uma lei de fake News no ecossistema de inovação. Disponível em: https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/prop_mostrarintegra?codteor=2005775&filename=Tramitacao-PL%202630/2020. Acesso em 20 jul. 2023.

³⁴ Conforme notícia intitulada “Sociedade civil pede que proposta das fake News exija transparência sobre remoção de conteúdo”. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/noticias/791971-sociedade-civil-pede-que-proposta-das-fake-news-exija-transparencia-sobre-remocao-de-conteudo/>. Acesso em 20 jul. 2023.

Câmara, a plataforma Youtube já se posicionava contrária à responsabilização desmedida, pedindo por uma maior liberdade sobre como lidar com as fake News³⁵. Do mesmo modo, os provedores de redes sociais já questionavam a exigência de uma sede da empresa no Brasil para o combate das fake news, defendendo a desnecessidade de tal medida³⁶.

Mesmo sob desconfiança, em 04/11/2021 o Relator do PL analisado apresentou o relatório final do conjunto normativo, ampliando o alcance do texto, conforme notícia veiculada junto ao site da Câmara:

No substitutivo, o relator estendeu ainda a aplicação da lei para ferramentas de busca, como Google e Yahoo. As regras incidirão sobre provedores que oferecem, profissionalmente e com fins econômicos, serviços ao público brasileiro e que tenham mais de 2 milhões de usuários registrados, inclusive as empresas sediadas no exterior – caso do Telegram, por exemplo.

O relator excluiu do texto a obrigação de as empresas estrangeiras terem sede no País, sob o argumento de que a medida afastaria investimentos, mas manteve a obrigação de nomearem representantes legais no Brasil³⁷.

Contudo, ao que tudo indica, sob forte pressão exercida por alguns provedores, o Relator recuou e, em 23/11/2021, apresentou novas alterações à proposta do texto, excluindo as ferramentas de busca de algumas regras (como as de moderação de conteúdo, por exemplo)³⁸.

O relatório do texto foi encaminhado à votação para o grupo de trabalho³⁹ responsável pela análise do projeto e em 07/12/2021, foi concluída. No mesmo dia, foi apresentado pelo Relator o requerimento de urgência na análise de tramitação do PL.

No dia 31/03/2022 o Relator do projeto de lei apresentou um texto substitutivo ao PL n. 2.630/2020⁴⁰, em que são apresentadas diversas alterações e acréscimos ao texto original. Quanto ao pedido de tramitação de urgência⁴¹, este foi rejeitado em 06/04/2022, por insuficiência de votos, haja vista que

³⁵ Conforme consta da notícia intitulada “Jornalistas e pesquisadores defendem participação na moderação de conteúdo”. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/noticias/793748-jornalistas-e-pesquisadores-defendem-participacao-na-moderacao-de-conteudo/>. Acesso em 20 jul. 2023.

³⁶ Disponível em: <https://www.camara.leg.br/noticias/801454-debatedores-questionam-exigencia-de-redes-sociais-terem-sede-no-brasil-para-combate-a-fake-news/>. Acesso em 24 jul. 2023.

³⁷ Conforme notícia intitulada “Relator do “PL das Fake News” apresenta relatório final ampliando alcance do texto do Senado”. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/noticias/823684-relator-do-pl-das-fake-news-apresenta-relatorio-final-ampliando-alcance-do-texto-do-senado/>. Acesso em 21 jul. 2023.

³⁸ Disponível em: <https://www.camara.leg.br/noticias/830188-relator-do-projeto-de-lei-das-fake-news-faz-novas-alteracoes-na-proposta/>. Acesso em 21 jul. 2023.

³⁹ O Grupo de Trabalho para o “Aperfeiçoamento da Legislação Brasileira – Internet” possuía, em 2021, como coordenadora a Deputada Bruna Furlan (PSDB/SP) e como relator o deputado Orlando Silva (PcdoB/SP), contudo, nenhum dos dois se encontra em exercício no mandato. A última atualização do mencionado grupo de trabalho (25/04/2022) pode ser consultada diretamente no site da Câmara, disponível em: <https://www2.camara.leg.br/atividade-legislativa/comissoes/grupos-de-trabalho/56a-legislatura/aperfeicoamento-da-legislacao-brasileira-internet/membros>. Acesso em 20 nov. 2023.

⁴⁰ Disponível em: <https://www.camara.leg.br/noticias/863031-relator-apresenta-nova-versao-do-projeto-sobre-fake-news-conheca-o-texto/>. Acesso em 21 jul. 2023.

⁴¹ Conforme explicam Calixto e Lopes (2021, p. 237) o regime de urgência “possui como precípua característica a celeridade que imputa ao processo legislativo, uma vez que dispensa prazos e formalidades regimentais inevitáveis aos outros ritos (com a exceção dos pareceres, quórum para deliberação e a distribuição de cópias das principais). [...] Quanto à urgência requerida pelos(as) congressistas, como dito, é no Regimento Interno (RI) de cada Casa que se encontra amparada, tanto no Regimento Interno do Senado Federal (RISF) quanto no Regimento Interno da Câmara dos Deputados (RICD). Poderão propor urgência as comissões, uma percentagem da Mesa ou dos membros totais da Casa, a depender da matéria e do contexto.”

eram necessários 257 posicionamentos favoráveis e foram obtidos apenas 249, enquanto houve 207 contrários⁴².

A rejeição da tramitação de urgência no PL foi mal vista pelo presidente da Câmara, Arthur Lira, que fez um interessante comentário sobre a falta de êxito na votação:

“Alguns deputados se esconderam atrás da liberdade de expressão para defender as regalias das Big Techs [grandes empresas de tecnologia da informação]. Elas devem ter responsabilidade civil com o que publicam, devem ter responsabilidade econômica sobre o que geram e ganham”, disse Lira⁴³.

A fala de Lira aponta o já suspeitado: que a tramitação do PL aqui analisado vem sofrendo intensa pressão por parte dos grupos atingidos, inclusive os próprios usuários.

Pouco mais de um mês antes da votação do regime de urgência ao PL, as *big techs* Facebook/Instagram, Google, Mercado Livre e Twitter assinaram uma carta conjunta se posicionando contra o texto normativo, justificando que

Se transformado em lei, o texto que está para ser votado na Câmara dos Deputados irá restringir o acesso das pessoas a fontes diversas e plurais de informação; desestimular as plataformas a tomar medidas para manter um ambiente saudável online; e causar um impacto negativo em milhões de pequenos e médios negócios que buscam se conectar com seus consumidores por meio de anúncios e serviços digitais⁴⁴.

No ano de 2022 o projeto de lei permaneceu em *standby*, talvez por influência das eleições presidenciais..

Apenas em 2023 é que foi “reavivado”, dessa vez com o apoio do governo eleito que chegou a associar a necessidade de aprovação do projeto ao auxílio no combate a ataques nas escolas⁴⁵.

Com o novo apoio do Governo Federal, em 25/04/2023 foi aprovado o requerimento n. 2.721/2021, colocando a votação do PL analisado em regime de urgência, pelo placar de 238 a favor e 192 contra.⁴⁶Em resposta, alguns provedores lançaram uma forte campanha pública contra a aprovação daquele texto normativo.

O Google veiculou em sua página inicial, abaixo do campo de busca, a frase “O PL das fake News pode aumentar a confusão sobre o que é verdade ou mentira no Brasil”⁴⁷. O Telegram, em uma postura um pouco mais firme, disparou uma mensagem a todos seus usuários afirmando que “O Brasil está prestes a aprovar uma lei que irá acabar com a liberdade de expressão. O PL 2630/2020 dá ao governo

⁴² Para melhor compreensão sobre a votação, sugere-se: <https://www.camara.leg.br/noticias/864946-deputados-rejeitam-urgencia-a-projeto-de-combate-a-fake-news/>. Acesso em 20 jul. 2023.

⁴³ Disponível em: <https://www.camara.leg.br/noticias/866241-lira-critica-rejeicao-da-urgencia-para-o-projeto-que-combate-as-fake-news/>. Acesso em 21 jul. 2023.

⁴⁴ Disponível em: https://blog.twitter.com/pt_br/topics/company/2022/pl-2630-2020-deixou-de-ser-sobre-combater-as-fake-news. Acesso em 21 jul. 2023.

⁴⁵ Conforme notícia veiculada no site da Câmara “Regulação da internet é essencial para combater ataques a escolas, aponta Flávio Dino”. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/noticias/953831-regulacao-da-internet-e-essencial-para-combater-ataques-a-escolas-aponta-flavio-dino/>. Acesso em 21 jul. 2023.

⁴⁶ Para melhor compreensão sobre a votação, sugere-se: <https://www.camara.leg.br/noticias/955642-projeto-das-fake-news-tem-urgencia-aprovada-e-ira-a-voto-na-proxima-terca/>. Acesso em 21 jul. 2023.

⁴⁷ Para maiores informações, sugere-se: <https://www.metropoles.com/brasil/politica-brasil/google-faz-campanha-contrapl-das-fake-news-pode-piorar-a-internet>. Acesso em 21 jul. 2023.

poderes de censura sem supervisão judicial prévia”⁴⁸. A empresa Meta, no dia 29/04/2023, lançou uma nota oficial afirmando que o “PL cria sistema permanente de vigilância similar ao de países de regimes antidemocráticos”⁴⁹.

Até mesmo o Twitter teria atuado contra o PL das Fake News, diminuindo o alcance de *hashtags* que defenderiam o projeto⁵⁰.

O resultado prático foi que no dia 02 de maio de 2023, a mesa diretora requereu a criação de uma Comissão Especial destinada a proferir parecer sobre o PL das Fake News, e o chefe da Câmara dos Deputados, Arthur Lira, decidiu por adiar a votação do texto normativo⁵¹ que, atualmente, encontra-se sem previsão de conclusão.

Importante destacar notícia veiculada no mesmo dia, no site do Governo Federal, que relata medida cautelar da SENACON (Secretaria Nacional do Consumidor) contra o Google por suposta prática de propaganda enganosa e abusiva contra o projeto que regulamenta as redes sociais.⁵²

Não bastando, no próprio dia 02/05/2023, foram propostas 46 emendas ao projeto de lei (além de mais uma no dia seguinte)⁵³, o que confere um forte indicativo de que a atuação das *big techs* pode ter surtido algum efeito na tramitação do PL.

Substitutivo ao projeto de lei n. 2.630/2020

O texto substitutivo apresentado em 31/03/2022 pelo Relator do projeto na Câmara dos Deputados apresenta uma série de alterações e acréscimos ao texto original, mudando-o por completo.

Ele apresenta 10 capítulos diferentes, com 42 artigos de lei ao total, de modo que neste tópico apresentar-se-á um panorama geral do texto normativo.

As disposições preliminares permanecem similares ao texto original, com algumas alterações. Já no art. 1º, parágrafo único, há a adição de que as vedações previstas naquele PL não implicarão em restrição ao livre desenvolvimento, manifestação artística, intelectual, conteúdo satírico, religioso, político etc., ou qualquer outra forma de manifestação cultural.

O *caput* do art. 2º restringe a aplicação daquele projeto de lei, passando ele a ser aplicável apenas em face dos provedores que possuam mais de 10 milhões de usuários, oito a mais que o previsto no texto original. O §1º do mencionado artigo também restringe a aplicação da lei, deixando de fora enciclopédias online sem fins lucrativos (Wikipedia, por exemplo), repositórios científicos e educativos ou, também, plataformas de reuniões por vídeo ou voz (Skype, por exemplo).

Quanto aos princípios que norteiam o PL substitutivo (art. 3º), foram inclusos o estímulo à associação para autorregulação e a livre iniciativa (já prevista pela Constituição Federal), além dos já previstos

⁴⁸ Para um aprofundamento sobre o posicionamento da empresa, sugere-se: <https://www.cnnbrasil.com.br/politica/telegram-dispara-mensagem-contra-o-pl-das-fake-news/>. Acesso em 21 jul. 2023.

⁴⁹ Disponível em: <https://about.fb.com/br/news/2023/04/pl-2630-2020-precisa-de-mudancas/>. Acesso em 21 jul. 2023.

⁵⁰ Conforme notícia intitulada “Plataformas digitais fazem campanha contra PL das fake news”, disponível em: <https://noticias.uol.com.br/ultimas-noticias/ansa/2023/05/02/plataformas-digitais-fazem-campanha-contra-pl-das-fake-news.htm>. Acesso em 21 jul. 2023.

⁵¹ Disponível em: <https://www.camara.leg.br/noticias/957823-lira-adia-votacao-do-projeto-das-fake-news/>. Acesso em 23 jul. 2023.

⁵² Disponível em: <https://www.gov.br/mj/pt-br/assuntos/noticias/senacon-notifica-google-por-publicidade-abusiva-sobre-pl-das-fake-news>. Acesso em 15.09.2023.

⁵³ Para evitar que o presente trabalho se torne demasiadamente extenso, não se abordará aqui o conteúdo das emendas ao projeto de lei propostas.

em outras leis esparsas, como a LGPD (lei nº 13.709/2018) e o Marco Civil da Internet (lei nº 12.695/2014).

Outra resposta dada pelo Relator às notícias que eram veiculadas contra o PL em análise se encontra no §2º do art. 3º do texto substitutivo, dispositivo que passa a assegurar a liberdade de expressão dos usuários, este que era um dos principais “receios sociais” sobre a temática⁵⁴.

O art. 4º adiciona três objetivos ao projeto de lei, além de complementar os já previsto no texto original, assim como o art. 5º apresenta novos conceitos (serviço de mensageria instantânea, perfilhamento, ferramenta de busca, termos ou políticas de uso e provedores)⁵⁵ e deixa alguns previstos no texto original “de fora” (conta identificada, conta inautêntica, rede de distribuição artificial e serviço de mensagem privada).

Entre os artigos 6º a 15, encontra-se o capítulo II do texto substitutivo, dividido em III seções, sendo elas: disposições gerais (I), dos deveres de transparência (II, dividida também em três subseções) e dos procedimentos do devido processo (III)⁵⁶.

Na primeira seção (disposições gerais), verifica-se uma “diminuição” na oneração dos provedores, ao passo que são retiradas as obrigações previstas no art. 6º do texto original, como a de vedação ao funcionamento de contas inautênticas previstas anteriormente.

Os artigos 7º e 8º do texto substitutivo em nada inovam, ao apresentarem uma obrigação já prevista pela LGPD, quanto à elaboração de termos e políticas de uso e o tratamento de dados.

O art. 9º aumenta o prazo para elaboração de relatórios pelos provedores de redes sociais e mensageria instantânea, passando de 3 para 6 meses⁵⁷, dispondo em seu §1º qual o conteúdo que devem ter esses

⁵⁴ A liberdade de expressão é uma garantia constitucional (art. 5º, IX, da CF), sendo desnecessária, juridicamente falando, sua reafirmação, daí porque o fato dessa reafirmação ali constar dar fortes indícios que assim foi feita para conferir uma sensação de “segurança” à sociedade geral.

⁵⁵ Assim diz o art. 5º, IV à IX, do texto substitutivo: IV – rede social: aplicação de internet cuja principal finalidade seja o compartilhamento e a disseminação, pelos usuários, de opiniões e informações, veiculados por textos ou arquivos de imagens, sonoros ou audiovisuais, em uma única plataforma, por meio de contas conectadas ou acessíveis de forma articulada, permitida a conexão entre usuários; V – serviço de mensageria instantânea: aplicação de internet cuja principal finalidade seja o envio de mensagens instantâneas para destinatários certos e determinados, incluindo a oferta ou venda de produtos ou serviços e aquelas protegidas por criptografia de ponta-a-ponta, com exceção dos serviços de correio eletrônico; VI – perfilhamento: qualquer forma de tratamento, automatizada ou não, para avaliar certos aspectos pessoais de uma pessoa natural, objetivando classificá-la em grupo ou perfil de modo a fazer inferências sobre seu comportamento, a situação econômica, saúde, preferências pessoais, interesses, desejos de consumo, localização geográfica, posições políticas ou outras características assemelhadas; VII – ferramenta de busca: aplicação de internet que permite a busca por palavras-chave de conteúdos elaborados por terceiros e disponível na internet, agrupando, organizando e ordenando os resultados mediante de critérios de relevância escolhidos pela plataforma, independentemente da criação de contas, perfis de usuários ou qualquer outro registro individual, excetuadas aquelas que se destinem exclusivamente a funcionalidades de comércio eletrônico; VIII – termos ou políticas de uso: contrato estabelecido pelo provedor de aplicação de que trata esta Lei e o usuário contratante dos serviços, que estabelece garantias, direitos e deveres para o uso da aplicação, além de regras próprias aplicáveis à expressão de terceiros; IX – provedores: aplicações de internet de redes sociais, ferramentas de busca e de mensageria instantânea, nos termos previstos no art. 2º desta Lei.

⁵⁶ Por um erro de digitação na elaboração do texto substitutivo, a III Seção encontra-se nomeada como “IV Seção”, contudo ele “pula” da II para a IV Seção, sendo um nítido equívoco de digitação.

⁵⁷ O texto original dispunha, no art. 13, que: Art. 13. Os provedores de redes sociais devem produzir relatórios trimestrais de transparência, disponibilizados em seus sítios eletrônicos, em português, para informar os procedimentos e as decisões de tratamento de conteúdos gerados por terceiros no Brasil, bem como as medidas empregadas para o cumprimento desta Lei. No substitutivo assim ficou: Art. 9º Os provedores de redes sociais e de serviços de mensageria instantânea devem produzir relatórios semestrais de transparência, disponibilizados em seus sítios eletrônicos, em português, de modo a informar procedimentos e decisões relativas à intervenção ativa em contas e conteúdos gerados por terceiros, que impliquem a exclusão, indisponibilização, redução de alcance, sinalização de conteúdos e outras que restrinjam a liberdade de expressão, bem como as medidas empregadas para o cumprimento desta lei.

documentos. O art. 10 obriga, também, as ferramentas de busca a produzirem os mencionados relatórios.

Uma supressão interessante feita pelo texto substitutivo se refere ao tão criticado art. 10 do texto original, sendo retirada a obrigação dos serviços de mensageria privada de manterem em registro, pelo prazo de 3 meses, os envios de mensagens veiculadas em encaminhamentos em massa.

Agora, o texto substitutivo prevê, em seu art. 13, que tais mensagens podem ser requeridas pelo Poder Judiciário para fins de investigação criminal ou instrução processual, por período não superior a 15 (quinze) dias, observados os requisitos da lei n. 9.296/96 (Lei das Interceptações Telefônicas).

Outra sutil alteração do texto substitutivo se encontra no Capítulo III, art. 16, no sentido de que os provedores de redes sociais não possuiriam mais a obrigação de identificar todos os conteúdos impulsionados e publicitários, apenas os que a distribuição tenha sido realizada mediante pagamento pelo provedor.

Também não seria mais necessário que os provedores de redes sociais disponibilizassem mecanismos para fornecer aos usuários as informações do histórico dos conteúdos impulsionados e publicitários com os quais a conta teve contato no último semestre; pelo contrário, agora haveria a obrigação de manutenção de sigilo pelos provedores da identificação do contratante, salvo em determinação judicial (art. 20, parágrafo único do texto substitutivo).

Já no capítulo IV, no tocante à atuação do Poder Público, o art. 22 traz um outro posicionamento, afirmando que passariam a ser de interesse público as contas ou perfis pertencentes a entidades ou órgãos da Administração Pública, ou pertencente às seguintes pessoas:

I – os detentores de mandatos eletivos dos Poderes Executivo e Legislativo da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios;

II – os ocupantes, no Poder Executivo, dos cargos de:

a) Ministro de Estado, Secretário de Estado, Secretário Municipal ou equiparados; e

b) Presidente, Vice-Presidente e Diretor das entidades da Administração Pública indireta da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios;

III – Presidente, Vice-Presidente e Conselheiro do Tribunal de Contas da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios.

IV – os servidores que gozam das garantias previstas no art. 95 da Constituição Federal;

V – os membros dos órgãos previstos no art. 92 da Constituição Federal;

VI – os servidores que gozam das garantias e se submetem às restrições previstas no art. 128, § 5º, da Constituição Federal; e

VII – os servidores de que trata o art. 142, § 3º, da Constituição Federal.

Ainda, diz o §1º que as mencionadas redes sociais não poderão restringir a visualização de suas publicações por outras contas, sujeitando-se às garantias de acesso à informação.

Já no artigo 31, Capítulo VI, são regulamentadas as sanções, havendo uma complementação ao inciso II de seu correspondente no texto original, acrescentando que caso a empresa que violou alguma disposição não possua faturamento no Brasil, deveria ser punida com multa de R\$ 10,00 a R\$ 1.000,00 por usuário cadastrado, até o limite de 50 milhões de reais por cada infração.

A destinação de arrecadação desses valores também sofreu alteração, ao passo que o texto original previa que o dinheiro arrecadado deveria ser enviado ao Fundeb (art. 32), enquanto o substitutivo prevê o encaminhamento ao Ministério da Educação (art. 32).

Também foi excluída a figura do “Conselho de Transparência e Responsabilidade na Internet”, substituindo ele pela ampliação de poderes do já existente “Comitê Gestor da Internet”⁵⁸⁵⁹, previsto pelas leis n. 12.965/2014 e 13.853/2019, mas criado muito antes, pelo Decreto nº 4.829/2003.⁶⁰

Também é previsto um crime no texto substitutivo, com pena de reclusão de um a três anos e multa para quem:

Art. 36 Promover ou financiar, pessoalmente ou por meio de terceiros, mediante uso de contas automatizadas e outros meios ou expedientes não fornecidos diretamente pelo provedor de aplicações de internet, disseminação em massa de mensagens que contenha fato que sabe inverídico que seja capaz de comprometer a higidez do processo eleitoral ou que possa causar dano à integridade física e seja passível de sanção criminal.

Outro ponto incluído pelo substitutivo ao texto original é a obrigação de que os conteúdos jornalísticos utilizados pelos provedores produzidos em qualquer formato ensejem remuneração às empresas jornalísticas de direitos autorais.

Há também a previsão de submissão da lei à revisão após cinco anos de sua promulgação, com base nas informações geradas pelos relatórios a serem elaborados e nas decisões relativas às moderações de contas e conteúdo.⁶¹

Considerações Finais

Diante do observado, a tramitação do projeto de lei n. 2.630/2020 na Câmara dos Deputados foi, e continua sendo, um tanto quanto conturbada, com muitos debates e intervenções públicas.

No primeiro tópico, buscou-se conceituar e demonstrar como é feito o *lobbying*, além de se apresentar a história de tal instituto.

No segundo tópico, foi feita uma análise minuciosa sobre o texto original do PL analisado, este encaminhado pelo Senado Federal à Câmara dos Deputados após sua aprovação.

A tramitação do projeto de lei junto à Câmara dos Deputados e os movimentos feitos pelos grupos de pressão (sociedade, especialistas e *big techs*) foram apontados na terceira parte do trabalho, no intuito de, no tópico seguinte, analisar-se o texto substitutivo apresentado pelo Relator do PL na Câmara e os efeitos práticos na sua elaboração.

⁵⁸ Conforme consta do site institucional do próprio Comitê, “O Comitê Gestor da Internet no Brasil tem a atribuição de estabelecer diretrizes estratégicas relacionadas ao uso e desenvolvimento da Internet no Brasil e diretrizes para a execução do registro de Nomes de Domínio, alocação de Endereço IP (Internet Protocol) e administração pertinente ao Domínio de Primeiro Nível “.br”. Também promove estudos e recomenda procedimentos para a segurança da Internet e propõe programas de pesquisa e desenvolvimento que permitam a manutenção do nível de qualidade técnica e inovação no uso da Internet”. Disponível em: <https://www.cgi.br/sobre/>. Acesso em 24 jul. 2023.

⁵⁹ O CGI é composto por representantes do Setor Governamental, “Notório Saber em Assunto da Internet”, Setor Empresarial, Terceiros Setor e da Comunidade Científica e Tecnológica. Para um melhor entendimento sobre a atual composição do Comitê, sugere-se: <https://www.cgi.br/membros/>. Acesso em 20 nov. 2023.

⁶⁰ Disponível em: <https://www.cgi.br/pagina/decretos/108/>. Acesso em 24 jul. 2023.

⁶¹ Merece destaque que tal previsão significa uma vitória em termos de política e racionalidade legislativa, visto que a legislação poderá ser contrastada a partir de dados empíricos que demonstrem o êxito, ou não, do texto legal.

Analisando o texto original e o substitutivo apresentado, após pouco mais de dois anos de tramitação naquela Casa, percebe-se que muitas das demandas combatidas pelas *big techs* e pela própria população – demonstradas nesse trabalho por meio das reportagens jornalísticas veiculadas - foram atendidas.

Como exemplo, cita-se a necessidade imposta de que o legislador, a todo momento, reafirme o direito de liberdade de expressão (como uma resposta à ideia de censura ventilada por muitos grupos, conforme nota de rodapé n. 48) ou a desnecessidade de que a empresa provedora de redes sociais ou de mensageria instantânea tenha sede no país (conforme nota de rodapé n. 36), o que obviamente dificulta sua responsabilização, ou, ainda, a exclusão da obrigação de manutenção, por 3 meses, das mensagens encaminhadas pelos usuários em seus bancos (conforme nota de rodapé n. 24), dando claríssimos apontamentos nesse sentido.

Também há de se destacar as 46 emendas propostas no dia designado, originalmente, para ser votado o projeto de lei, devido à pressão estrondosa promovida pelas redes sociais, fazendo com que aquele fosse retirado de pauta sem previsão de ser novamente votado.

De fato, partindo-se da conceituação de *lobbying* político adotada no tópico 1 desse texto (*Atividade de pressão por parte de um grupo organizado, a fim de exercer influência no voto de parlamentares, conforme determinados interesses*), as conclusões alcançadas por Santos, *et al* (2019, pp. 29/30), de que o *lobbying* seria “pelo menos moderadamente produtivo na Câmara dos Deputados”, seja através de contatos diretos com os Deputados envolvidos, seja pela provisão de informação (relatórios, minutas ou eventos), ou, ainda, por mobilização pública (campanhas online etc.), apresentam indícios práticos de ser realidade.

Assim, partindo-se do conceito e a forma como se faz *lobbying*, é possível afirmar que o PL n. 2.630/2020 vem sofrendo alterações e se modificando devido a tal prática promovida pelos grupos de pressões, confirmando-se a hipótese inicial.

Referências Bibliográficas

_____. Câmara promove ciclo de debates virtuais sobre a Lei das Fake News. Câmara Legislativa dos Deputados, 2020: <https://www.camara.leg.br/noticias/675278-camara-promove-ciclo-de-debates-virtuais-sobre-a-lei-das-fake-news/>. (acesso: 20 de julho de 2023).

_____. Poder Público: <https://www2.camara.leg.br/a-camara/estruturaadm/gestao-na-camara-dos-deputados/responsabilidade-social-e-ambiental/acessibilidade/glossarios/dicionario-de-libras/p/poder-publico#:~:text=Conjunto%20dos%20%C3%B3rg%C3%A3os%20por%20meio,O%20governo>. (acesso: 20 de novembro de 2023).

_____. PL 2630/2020 deixou de ser sobre combater fake news. Twitter, 2023. Disponível em: https://blog.twitter.com/pt_br/topics/company/2022/pl-2630-2020-deixou-de-ser-sobre-combater-as-fake-news. (acesso: 21 de julho de 2023).

_____. PL 2630/2020 precisa de mudanças. Meta, 2023. Disponível em: <https://about.fb.com/br/news/2023/04/pl-2630-2020-precisa-de-mudancas/>. (acesso: 21 de julho de 2023).

_____. Plataformas digitais fazem campanha contra PL das fake news. Uol Notícias, 2023. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/ultimas-noticias/ansa/2023/05/02/plataformas-digitais-fazem-campanha-contra-pl-das-fake-news.htm>. (acesso: 21 de julho de 2023).

_____. Projeto de Lei nº 2.630 de 2020 – Consulta Pública. E-cidadania, 2020. Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/ecidadania/visualizacaomateria?id=141944>. (acesso: 20 de julho de 2023).

_____. Lutte contre la manipulation de l'information – Dossier Législatif. <https://www.senat.fr/dossier-legislatif/ppl17-623.html>. (acesso: 24 de novembro de 2023).

_____. Gesetz zur Verbesserung der Rechtsdurchsetzung in sozialen Netzwerken (Netzwerkdurchsetzungsgesetz - NetzDG). <https://www.gesetze-im-internet.de/netzdg/index.html>. (acesso: 24 de novembro de 2023).

_____. Undang-Undang Malysa – Akta 803 – Akta Antiberita Tidak Benar 2018. <https://www.ex.ilo.org/dyn/natlex2/natlex2/files/download/106305/MYS106305%20Mys.pdf>. (acesso: 10 de julho de 2023).

Barak, G.(2015). The Routledge International Handbook of the Crimes of the Powerful. New York: Routledge.

Bittar, P (2020). Debatedores divergem sobre novas regras para publicidade no Projeto das Fake News. Câmara Legislativa dos Deputados: <https://www.camara.leg.br/noticias/677545-debatedores-divergem-sobre-novas-regras-para-publicidade-no-projeto-das-fake-news/>.

Bonelli, F. S. O. S (2015). O lobby no direito brasileiro: fundamentos e limites ao exercício da atividade. Dissertação (Mestrado em Direito) – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). São Paulo. P. 273.

Brandão, F. (2021) Jornalistas e pesquisadores defendem participação na moderação de conteúdo. Câmara Legislativa dos Deputados. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/noticias/793748-jornalistas-e-pesquisadores-defendem-participacao-na-moderacao-de-conteudo/>.

BRASIL. Câmara dos Deputados. Projeto de Lei nº 2.630/2020. Institui a Lei Brasileira de Liberdade, Responsabilidade e Transparência na Internet. Brasília: Câmara dos Deputados, 2020: https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/prop_mostrarintegra?codteor=1909983&filename=PL%202630/2020. (acesso: 20 de julho de 2023).

BRASIL. Câmara dos Deputados. Projeto de Lei nº 3.627/2020. Altera a Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014, para criar mecanismos de verificação de identidade dos perfis ativos em aplicações de internet que atuem como redes sociais e plataforma de registro de ocorrência policial na hipótese de crimes contra a honra cometidos ou divulgados em quaisquer modalidades das redes sociais da rede mundial de computadores e dá outras providências. Brasília: Câmara dos Deputados, 2020:

https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/prop_mostrarintegra?codteor=1909907&filename=PL%203627/2020. (acesso: 20 de julho de 2023).

BRASIL. Câmara dos Deputados. Projeto de Lei nº 517/2020. Altera a Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014, para dispor sobre o exercício da atividade jornalística na rede mundial de computadores. Brasília: Câmara dos Deputados, 2020. Disponível em: https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/prop_mostrarintegra?codteor=1862539&filename=PL%20517/2020. (acesso: 20 de julho de 2023).

BRASIL. Câmara dos Deputados. Projeto de Lei nº 693/2020. Dispõe sobre a responsabilidade sanitária da conduta das autoridades públicas, tipifica o crime de divulgação ou compartilhamento de informações falsas que atentem contra a segurança sanitária e dá outras providências. Câmara dos Deputados, 2020. Disponível em: https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/prop_mostrarintegra?codteor=1867119&filename=PL%20693/2020. (acesso: 20 de julho de 2023).

BRASIL. Câmara dos Deputados. Requerimento nº 51/2021. Requer realização de audiência pública para debater o PL 2.630/2020, sobre Fake News. Brasília: Câmara dos Deputados, 2021. Disponível em: https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/prop_mostrarintegra?codteor=1999390&filename=Tramitacao-PL%202630/2020. (acesso: 20 de julho de 2023).

BRASIL. Câmara dos Deputados. Requerimento nº 59/2021. Requer realização de audiência pública para debater o PL 2.630/2020, sobre Fake News. Brasília: Câmara dos Deputados, 2021. Disponível em: https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/prop_mostrarintegra?codteor=2005775&filename=Tramitacao-PL%202630/2020. (acesso: 20 de julho de 2023).

BRASIL. Câmara dos Deputados. Substitutivo ao Projeto de Lei nº 2.630/2020. Lei Brasileira de Liberdade, Responsabilidade e Transparência na Internet. Brasília: Câmara dos Deputados, 2022. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/midias/file/2022/03/fake.pdf>. (acesso: 20 de julho de 2023).

BRASIL. Constituição da República Federativa do Brasil de 1988. Brasília: Presidência da República, 1988.: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm. (acesso: 20 de julho de 2023).

BRASIL. Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018. Lei Geral de Proteção de Dados – LGPD. Brasília, Distrito Federal, 2018: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/113709.htm. (acesso: 20 de julho de 2023).

BRASIL. Presidência da República. Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014. Estabelece princípio, garantias e deveres para o uso da Internet no Brasil. Brasília: Presidência da República, 2014 https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/112965.htm [. (acesso: 20 de julho de 2023).

BRASIL. Presidência da República. Lei nº 9.296, de 24 de julho de 1996. Regulamenta o inciso XII, parte final, do art. 5º da Constituição Federal. Brasília: Presidência da República, 1996. https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/19296.htm. (acesso: 20 de julho de 2023).

Calixto, G. de S.; Lopes, I. M. M (2021). A utilização do Regime de Urgência no Processo de Criminalização: uma análise dos projetos de lei que incluíram novos tipos ao Código Penal entre 2010 e 2019. *In: E-Legis Revista Eletrônica do Programa de Pós-Graduação da Câmara dos Deputados*, v. 14, n. 36, p. 335/357.

Cavalcanti, T. B. (1958). Os grupos de pressão. *Revista de Direito Público e Ciência Política*, v. 1, n. 1, pp. 05/18.

Farias, L. A.; Damasceno, M. S.; Juliotti, R. E. (2023). PL das fake news: análise de tramitação do regramento de combate à desinformação no Brasil. *In: Paraná Eleitoral: Revista Brasileira de Direito Eleitoral e Ciência Política*, v. 12, n. 1, pp. 106/131.

Gontijo, C. A. C. (2019). Lobby: estudo de direito comparado e a necessidade de regulamentação do instituto no ordenamento jurídico brasileiro. Tese (Doutorado em Direito) – Universidade de São Paulo (USP). São Paulo. P. 315.

Guimarães, L. G (2020). Participação Social no STF: repensando o papel das audiências públicas. *Revista Direito e Práxis*, v. 11, n. 1, p. 236/271.

Haje, L.. Debatedores questionam exigência de redes sociais terem sede no Brasil para combate a fake news. Câmara Legislativa dos Deputados, 2021. <https://www.camara.leg.br/noticias/801454-debatedores-questionam-exigencia-de-redes-sociais-terem-sede-no-brasil-para-combate-a-fake-news/>. (acesso: 24 de julho de 2023).

Haje, L. Deputados querem aprimorar projeto contra fake News aprovado pelo Senado. Câmara Legislativa dos Deputados, 2020. <https://www.camara.leg.br/noticias/675696-deputados-querem-aprimorar-projeto-contra-fake-news-aprovado-pelo-senado/>. (acesso: 20 de julho de 2023).

Haje, L. Especialistas criticam permissão para rede social pedir documento de identidade do usuário. Câmara Legislativa dos Deputados, 2020. <https://www.camara.leg.br/noticias/679050-especialistas-criticam-permissao-para-rede-social-pedir-documento-de-identidade-do-usuario/>. (acesso: 20 de julho de 2023).

Haje, L. Guarda de registros de mensagens encaminhadas em massa pode levar à vigilância, alertam especialistas. Câmara Legislativa dos Deputados, 2020. <https://www.camara.leg.br/noticias/679333-guarda-de-registros-de-mensagens-encaminhadas-em-massa-pode-levar-a-vigilancia-alertam-especialistas/>. (acesso: 20 de julho de 2023).

Haje, L. Projeto do Senado de combate a notícias falsas chega à Câmara. Câmara Legislativa dos Deputados, 2020. <https://www.camara.leg.br/noticias/673694-projeto-do-senado-de-combate-a-noticias-falsas-chega-a-camara/>. (acesso: 20 de julho de 2023).

Haje, L. Relator apresenta nova versão do projeto sobre fake news; conheça o texto. Câmara Legislativa dos Deputados, 2021. <https://www.camara.leg.br/noticias/863031-relator-apresenta-nova-versao-do-projeto-sobre-fake-news-conheca-o-texto/> (acesso: 21 de julho de 2023).

Haje, L. Relator do “PL das Fake News” apresenta relatório final ampliando alcance do texto do Senado. Câmara Legislativa dos Deputados, 2021. <https://www.camara.leg.br/noticias/823684->

[relator-do-pl-das-fake-news-apresenta-relatorio-final-ampliando-alcance-do-texto-do-senado/](#) (acesso: 21 de julho de 2023).

Haje, L. Relator do projeto de lei das fake news faz novas alterações na proposta. Câmara Legislativa dos Deputados, 2021. <https://www.camara.leg.br/noticias/830188-relator-do-projeto-de-lei-das-fake-news-faz-novas-alteracoes-na-proposta/>. (acesso: 21 de julho de 2023).

Haje, L. Sociedade civil pede que proposta das fake news exija transparência sobre remoção de conteúdo. Câmara Legislativa dos Deputados, 2021. <https://www.camara.leg.br/noticias/791971-sociedade-civil-pede-que-proposta-das-fake-news-exija-transparencia-sobre-remocao-de-conteudo/> (acesso: 20 de julho de 2023).

Lodi, J. B. (1986). *Lobby, os Grupos de Pressão*. São Paulo: Pioneira.

Mancuso, W. P.; Gozetto, A. C. O. (2018). *Lobby e políticas públicas*. Rio de Janeiro: FGV Editora.

Neves, M. (2023). Regulamentação da internet é essencial para combater ataques a escolas, aponta Flávio Dino. Câmara Legislativa dos Deputados, 2023.: <https://www.camara.leg.br/noticias/953831-regulacao-da-internet-e-essencial-para-combater-ataques-a-escolas-aponta-flavio-dino>. (acesso: 21 de julho de 2023).

Oliveira, A. C. de J. (2005) Breve histórico sobre o desenvolvimento do *lobbying* no Brasil. *Revista de informação legislativa*. Brasília, ano 42, n. 168, pp. 29/44.

Piovesan, E.; Siqueira, C (2023). Projeto das fake news tem urgência aprovada e irá a voto na próxima terça. Câmara Legislativa dos Deputados.. <https://www.camara.leg.br/noticias/955642-projeto-das-fake-news-tem-urgencia-aprovada-e-ira-a-voto-na-proxima-terca/> (acesso: 21 de julho de 2023).

Ruggiero, V. (2007). It's the economy, stupid! Classifying power crimes. *International Journal of the Sociology of Law*, n. 35, pp. 163–177.

Said, F (2023). Google faz campanha contra PL das Fake News: “Pode piorar a internet”. *Metrópoles*. <https://www.metropoles.com/brasil/politica-brasil/google-faz-campanha-contra-pl-das-fake-news-pode-piorar-a-internet> (acesso: 21 de julho de 2023).

Santos, M. L. (2019); *et al.* *Lobbying* na Câmara dos Deputados: evolução, estratégias e influência. *In: ALMEIDA, Acir dos Santos (Org.)*. Boletim de Análise Político-Institucional. Brasília, n. 21, pp. 23/32. <https://repositorio.ipea.gov.br/handle/11058/9879>

Seligman, M.; Mello, F. (Org.) (2018). *Lobby desvendado – democracia, políticas públicas e corrupção no Brasil contemporâneo*. 1 ed. Rio de Janeiro: Record..

Siqueira, C. (2023) Lira adia votação do Projeto das Fake News. Câmara Legislativa dos Deputados, 2023. <https://www.camara.leg.br/noticias/957823-lira-adia-votacao-do-projeto-das-fake-news/>

Siqueira, C.; Piovesan, E. (2022).. Deputados rejeitam urgência a projeto de combate a fake news. Câmara Legislativa dos Deputados.. <https://www.camara.leg.br/noticias/864946-deputados-rejeitam-urgencia-a-projeto-de-combate-a-fake-news/> (acesso: 20 de julho de 2023).

Sutherland, E. H (1940). “White-Collar Criminality.” *American Sociological Review*, vol. 5, no. 1, pp. 1–12. JSTOR.

Tortella, T. (2023). Telegram dispara mensagem contra o PL das Fake News. CNN Brasil.. <https://www.cnnbrasil.com.br/politica/telegram-dispara-mensagem-contra-o-pl-das-fake-news/> (acesso: 21 de julho de 2023).

Xavier, L. G (2022). Lira critica rejeição da urgência para o projeto que combate as fake news. Câmara Legislativa dos Deputados. <https://www.camara.leg.br/noticias/866241-lira-critica-rejeicao-da-urgencia-para-o-projeto-que-combate-as-fake-news/> (acesso: 21 de julho de 2023).

Xavier, L. G. (2020). Maia quer acelerar projeto sobre fake news após ataques a Felipe Neto. Câmara Legislativa dos Deputados.. <https://www.camara.leg.br/noticias/681223-maia-quer-acelerar-projeto-sobre-fake-news-apos-ataques-a-felipe-neto/> (acesso: 20 de julho de 2023).

Zetter, L. (2014). *Lobbying: the art of political persuasion*. London: Harriman House.