Bruno Mattos
Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ
E-mail: bruno.martins@netlab.eco.ufrj.br

Débora Salles
Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ
E-mail: debora.salles@netlab.eco.ufrj.br

Rose Marie Santini
Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ
E-mail: marie.santini@eco.ufrj.br

Este trabalho está licenciado sob uma licença Creative Commons Attribution 4.0 International License.

Copyright (©):
Aos autores pertence o direito exclusivo de utilização ou reprodução

ISSN: 2175-8689

Entre a plataforma e o Estado: *Estudo de caso sobre o PL 2.630/2020 e as disputas pela regulação e governança de plataformas digitais no Brasil*

Between Platforms and the State: A Case Study of Bill No. 2630/2020 and the Disputes over the Regulation and Governance of Digital Platforms in Brazil

Entre la plataforma y el Estado: Estudio de caso sobre el PL 2.630/2020 y las disputas en torno a la regulación y la gobernanza de las plataformas digitales en Brasil

Mattos, B., Salles, D., & Santini, R. M. Entre a plataforma e o Estado: Perspectivas sobre governança e regulação de conteúdo em plataformas digitais. *Revista Eco-Pós*, *29*(2), 250–280. https://doi.org/10.29146/eco-ps.v29i2.28689

RESUMO:
A expansão das plataformas digitais tem colocado em questão como Estados, empresas e outros atores disputam a definição das regras que organizam a circulação de conteúdos online. No campo da governança de plataformas, essas disputas envolvem a responsabilização das empresas e a distribuição de poder entre atores públicos e privados na definição das regras que organizam o ecossistema digital. Diante disso, analisamos a atuação do Google no debate em torno do PL 2.630/2020 no Brasil, para examinar como uma empresa diretamente afetada por uma proposta de regulação mobiliza suas infraestruturas diante de desafios ao status quo de sua autorregulação. Apresentamos como o Google utilizou recursos de publicidade e distribuição para enquadrar negativamente a regulação como uma ameaça à liberdade de expressão e aos usuários. O caso evidencia como a governança das plataformas constitui um campo de disputa no qual as empresas mobilizam recursos para intervir na definição de sua regulação.
PALAVRAS-CHAVE: *Governança de Plataformas; PL 2.630/2020; Regulação de Plataformas; Plataformas Digitais; Google.*

ABSTRACT:
The expansion of digital platforms has raised questions about how states, companies, and other actors dispute the definition of the rules governing the circulation of online content. Within the field of platform governance, these disputes involve corporate accountability and the distribution of power between public and private actors in defining the rules that organize the digital ecosystem. Against this backdrop, we analyze Google's role in the debate surrounding Bill 2630/2020 in Brazil to examine how a company directly affected by a regulatory proposal mobilizes its infrastructures in response to challenges to the status quo of its self-regulation. We show how Google used advertising and distribution resources to negatively frame regulation as a threat to freedom of expression and users. The case demonstrates how platform governance constitutes a field of dispute in which companies mobilize resources to intervene in the definition of their own regulation.
KEYWORDS: *Platform Governance; Bill 2630/2020; Platform Regulation; Online Platforms; Google.*

RESUMEN
La expansión de las plataformas digitales ha puesto en cuestión cómo los Estados, las empresas y otros actores disputan la definición de las reglas que organizan la circulación de contenidos en línea. En el campo de la gobernanza de plataformas, estas disputas involucran la responsabilidad de las empresas y la distribución del poder entre actores públicos y privados en la definición de las reglas que organizan el ecosistema digital. En este contexto, analizamos la actuación de Google en el debate en torno al Proyecto de Ley 2.630/2020 en Brasil, con el fin de examinar cómo una empresa directamente afectada por una propuesta de regulación moviliza sus infraestructuras ante desafíos al statu quo de su autorregulación. Mostramos cómo Google utilizó recursos de publicidad y distribución para presentar negativamente la regulación como una amenaza a la libertad de expresión y a los usuarios. El caso evidencia cómo la gobernanza de las plataformas constituye un campo de disputa en el que las empresas movilizan recursos para intervenir en la definición de su regulación.
PALABRAS CLAVE: *Gobernanza de Plataformas; PL 2.630/2020; Regulación de Plataformas; Plataformas Digitales; Google.*

Submetido em 03 de junho de 2026.
Aceito em 11 de agosto de 2026.

Introdução

Em 2 de maio de 2023, o senador Plínio Valério fez um pronunciamento no Plenário do Senado Federal no qual acusou o PL 2.630/2020, que buscava ampliar a supervisão regulatória sobre as plataformas digitais no Brasil, de "representar um perigo" e "poder trazer caos à sociedade" (Agência Senado, 2023). Ecoando argumentos mobilizados pelas empresas diretamente afetadas pela proposta (Lacerda, 2023a; 2023b), a fala ocorreu no mesmo dia em que o projeto deveria ser apreciado pela Câmara dos Deputados, antes de ser retirado de pauta.

Esse episódio condensa disputas mais amplas em torno das condições de expressão individual e social em plataformas digitais, que embora se apresentem como espaços neutros e voltados à livre expressão, na verdade controlam, governam e estabelecem limites sobre o que seus usuários podem dizer e fazer de diversas maneiras (Gillespie, 2018a). Historicamente, essa governança de conteúdo foi estruturada a partir da autorregulação e da aplicação unilateral de regras privadas elaboradas segundo interesses próprios das empresas (Klonick, 2017). Na última década, contudo, esse modelo passou a ser crescentemente questionado diante das crises informacionais que atravessaram o ecossistema digital em diferentes partes do mundo, ampliando as demandas por mecanismos externos de supervisão e responsabilização (Gorwa, 2024). O PL 2.630/2020 emergiu dessa reflexão regulatória, que buscava repensar a maneira pela qual as plataformas digitais poderiam ser responsabilizadas no país, em meio ao debate crescente sobre a disseminação massiva de desinformação online (Bueno; Canaan, 2024). No entanto, após anos de idas e vindas, durante os quais outras jurisdições avançaram com propostas semelhantes, o projeto não voltou a ser discutido pelo Congresso Nacional após ser retirado de pauta em maio de 2023.

Este trabalho se debruça sobre esse episódio, situando-o no contexto mais amplo das disputas em torno da governança de plataformas digitais, com o objetivo de analisar as estratégias de influência mobilizadas pelas grandes empresas de tecnologia no ambiente digital brasileiro. Partimos de uma discussão conceitual sobre a governança de plataformas digitais, examinando como Estados e plataformas, sob pressões de diferentes agentes, historicamente compartilharam a definição e a regulação das condições de discurso e expressão individual e

https://revistaecopos.eco.ufrj.br/
ISSN 2175-8689 – v. 29, n. 2, 2026
DOI: 10.29146/eco-ps.v29i2.28689

coletiva no ambiente online. Em seguida, discutimos como crises informacionais contribuíram para reconfigurar, em diferentes partes do mundo, as estruturas e responsabilidades associadas à governança de plataformas, inicialmente por meio de respostas voluntárias e não vinculantes e, posteriormente, com o endurecimento de marcos regulatórios.

Para analisar as estratégias adotadas por plataformas digitais e empresas de tecnologia diante de possíveis obstáculos à manutenção de sua governança autorregulada e contribuir para as discussões sobre essas disputas, apresentamos, enfim, um estudo de caso sobre o Brasil e as circunstâncias que envolveram a não aprovação do PL 2.630/2020. Após uma breve exposição da proposta e do contexto em que surgiu, analisamos evidências primárias coletadas entre abril e maio de 2023 sobre as estratégias de influência mobilizadas pelas próprias plataformas e empresas de tecnologia no ambiente digital. A análise combina dados provenientes da observação multiplataforma de tráfego orgânico e pago, permitindo identificar mensagens e conteúdos produzidos e distribuídos por esses atores em diferentes ambientes digitais e reconstituir os dias decisivos que culminaram na retirada de pauta do projeto. Examinamos, nesse processo, a atuação das empresas diretamente afetadas pela proposta regulatória sobre o debate público brasileiro, com foco no Google, bem como suas estratégias narrativas, discursivas e táticas.

Com isso, buscamos contribuir empiricamente para o debate sobre a atuação e os posicionamentos políticos das empresas de tecnologia, historicamente apresentados sob uma suposta "neutralidade". A partir desse episódio e de seus desdobramentos, discutimos, ainda, a maneira pela qual o Brasil vem construindo uma nova forma de governança de plataformas.

Quem governa as plataformas digitais?

A noção de governança passou a ocupar um lugar central nos estudos sobre plataformas digitais entre o final da década de 2010 e o início da década de 2020, acompanhando a ampliação do próprio termo, que deixou de se referir exclusivamente à ação estatal para abarcar também mecanismos mobilizados por outros atores (Papaevangelou, 2021). Gorwa (2019b) argumenta que as políticas e diretrizes das plataformas, juntamente com algoritmos, interfaces e demais

ISSN 2175-8689 – v. 29, n. 2, 2026
DOI: 10.29146/eco-ps.v29i2.28689

elementos de sua arquitetura, constituem os principais mecanismos que moldam sua governança. Partindo de uma perspectiva multissetorial, a governança de plataformas pode ser compreendida como o conjunto de relações políticas, legais e econômicas que estruturam as interações entre usuários, empresas de tecnologia, governos e outros atores no ecossistema digital (Gorwa, 2019a). Trata-se, portanto, de um processo dinâmico e intrinsecamente político, marcado por disputas entre diferentes grupos em torno da definição do que pode ser feito ou dito nesses ambientes — e em quais circunstâncias (Nahon, 2015).

Essas disputas são frequentemente interpretadas a partir das tensões entre três conjuntos de atores-chave: Estado, indústria e sociedade civil. Nessa perspectiva, o Estado atua na formulação de marcos regulatórios, sob pressão ou não da sociedade civil, enquanto a indústria busca preservar seus próprios mecanismos de governança e resistir a formas de supervisão externa. Da interação entre esses grupos também emergem, com frequência, acordos voluntários e não vinculantes destinados a regular as atividades das plataformas (Gorwa, 2019a). Leituras críticas desse modelo, contudo, argumentam que essa abordagem restringe uma compreensão mais complexa da governança de plataformas ao reduzir a diversidade de atores envolvidos — entre eles, os próprios usuários — a categorias amplas e relativamente estáticas. Em contraposição, Papaevangelou (2021) propõe compreender a governança de plataformas segundo agrupamentos fluidos e dinâmicos, cujas relações são atravessadas por assimetrias de poder, vieses e interesses intercapitalistas.

A governança das plataformas digitais abrange múltiplas dimensões, mas a definição das condições de produção, circulação e restrição de conteúdos e discursos constitui um dos principais eixos de disputa política e institucional entre empresas de plataformas, atores estatais e outros agentes sociais (Gorwa, 2024). Gillespie (2018b) propõe distinguir duas dimensões da governança de conteúdo nas plataformas digitais: a governança *das* plataformas e a governança *pelas* plataformas. A primeira diz respeito às formas pelas quais essas empresas são — ou deixam de ser — reguladas por mecanismos externos, historicamente constituídos por um arranjo de medidas formais e informais cuja hierarquia nem sempre é clara (Hill; Shtern, 2024). A segunda refere-se aos mecanismos internos por meio dos quais as próprias plataformas

ISSN 2175-8689 – v. 29, n. 2, 2026
DOI: 10.29146/eco-ps.v29i2.28689

organizam, moderam e administram seus ambientes, especialmente em contextos marcados pela ausência ou fragilidade de marcos regulatórios externos. Examinaremos essas duas dimensões separadamente, não como polos opostos, mas como formas de governança coexistentes, articuladas e mutuamente consequentes.

A construção estatal da governança de plataformas

No âmbito da governança *das* plataformas, Gillespie (2018b) identifica três grandes regimes de responsabilização ao redor do mundo: (i) um regime de ampla imunidade, característico dos Estados Unidos, sustentado por uma interpretação abrangente da liberdade de expressão que limita as possibilidades de responsabilização pelo conteúdo publicado por terceiros; (ii) um regime de responsabilidade condicional, adotado em partes da Europa e da América do Sul, no qual plataformas só podem ser responsabilizadas caso tenham conhecimento efetivo da circulação de conteúdos ilícitos; e (iii) um regime de responsabilidade objetiva, presente em regiões como China e Oriente Médio, que exige atuação proativa das plataformas na restrição de conteúdos considerados ilegais. Essa classificação, contudo, não elimina a heterogeneidade existente dentro de cada regime, uma vez que diferentes países podem adotar arranjos institucionais e jurídicos distintos, ainda que compartilhem uma mesma lógica geral de responsabilização.

Os casos apresentados a seguir permitem compreender como esses regimes se constituíram em diferentes partes do mundo e passaram a definir parâmetros para a atuação das plataformas digitais, ao mesmo tempo em que preservaram espaços para a autorregulação, examinada em maior detalhe na próxima seção. No geral, sua emergência está relacionada à crescente percepção, desde a popularização da internet, de que a circulação de determinados conteúdos extrapola a esfera das relações privadas e envolve questões consideradas de interesse público. Embora a ideia de "interesse público" não seja única nem estável, sua utilização no campo da comunicação é historicamente associada à identificação de funções e responsabilidades atribuídas aos meios e às tecnologias de comunicação perante a sociedade, cuja relevância pode fundamentar formas de intervenção regulatória (Napoli, 2019).

ISSN 2175-8689 – v. 29, n. 2, 2026
DOI: 10.29146/eco-ps.v29i2.28689

Uma das primeiras intervenções nesse sentido ocorreu nos Estados Unidos, em resposta às preocupações em torno da circulação de conteúdos considerados "nocivos", culminando na aprovação do *Communications Decency Act* (CDA), em 1996. Em linhas gerais, o CDA buscava criminalizar a distribuição de conteúdos considerados obscenos para menores de idade, além de prever sanções para assédio e ameaças no ambiente digital (Gillespie, 2018a). A Seção 230 tornou-se o dispositivo mais influente da legislação ao estabelecer que provedores de serviços online não poderiam ser responsabilizados legalmente pelos conteúdos publicados por seus usuários (Estados Unidos, 1996). Concomitantemente, a norma assegurava a essas empresas a prerrogativa de remover tais conteúdos sem que isso implicasse a perda dessa proteção jurídica (Gillespie, 2018a; Klonick, 2017). Apesar de a Suprema Corte dos Estados Unidos ter declarado inconstitucionais certas disposições que restringiam a transmissão de materiais considerados "manifestamente ofensivos" a menores ainda em 1997 (Estados Unidos, 1997), a Seção 230 da lei permanece em vigor.

A União Europeia, por sua vez, instituiu a *e-Commerce Directive* (ECD) em 2000 (European Union, 2000), buscando estabelecer um regime equilibrado de responsabilização, protegendo os direitos dos usuários sem comprometer as liberdades operacionais das empresas digitais em ascensão. Para isso, previu limitações à responsabilidade de intermediários que não tivessem conhecimento efetivo dos conteúdos ilegais e que, uma vez notificados, atuassem prontamente para removê-los ou bloquear seu acesso, sem que isso implicasse o monitoramento de todos os conteúdos hospedados (Frosio, 2024). Diferentemente da Seção 230, a ECD admitia a responsabilização de intermediários por conteúdos ilegais, mas a combinação desses princípios em mercados que se tornariam centrais para os negócios das plataformas digitais acabou incentivando uma postura mais passiva em relação à supervisão dos conteúdos publicados por terceiros (Brega, 2023).

Já no Brasil, o Marco Civil da Internet (MCI), instituído pela Lei nº 12.965/2014, estabeleceu o principal marco legal de referência para a responsabilização de plataformas e outros provedores de aplicações por danos decorrentes de conteúdos de terceiros. Sancionado em abril de 2014, sua aprovação foi precedida por um processo de mobilização social e disputas

ISSN 2175-8689 – v. 29, n. 2, 2026
DOI: 10.29146/eco-ps.v29i2.28689

em torno da definição de direitos, garantias e responsabilidades civis para o uso da internet no país, buscando conciliar a liberdade de expressão, a proteção da privacidade e a neutralidade de rede (CGI.br, 2009; 2014). Seu artigo 19 estabelecia, como regra geral, que a responsabilização dos provedores por conteúdos gerados de terceiros dependeria do descumprimento de ordem judicial específica de remoção do conteúdo (Brasil, 2014). Em um primeiro momento, esse regime, amplamente defendido por representantes de plataformas (BBC News Brasil, 2025), posicionou o Brasil como uma referência global na proteção da liberdade de expressão online (Iglesias Keller, 2020).

Como as plataformas intervêm na circulação de conteúdos

Tanto o regime de ampla imunidade quanto o de responsabilidade condicional conferem às plataformas elevado grau de autonomia sobre a circulação de conteúdos, reduzindo suas obrigações e ampliando sua discricionariedade na definição de práticas próprias (Gillespie, 2018a). Sob a governança *pelas* plataformas (Gillespie, 2018b), a circulação de conteúdos é regulada a partir de diretrizes próprias, que conformam uma estrutura de governança privada e autorregulada projetada globalmente, na qual as plataformas exercem amplo controle sobre o discurso online (Hill; Shtern, 2024; Klonick, 2017).

Para maximizar o engajamento dos usuários e projetar uma imagem de proteção e conciliação, as plataformas desenvolveram sistemas "voluntários" de moderação de conteúdo (Klonick, 2017). Na prática, a moderação de conteúdo pode ser compreendida como um conjunto de processos organizados de filtragem, curadoria e gerenciamento de conteúdos publicados por usuários em plataformas digitais e outros espaços online (Roberts, 2019). Durante anos, as plataformas sustentaram a ideia de que seriam espaços abertos, imparciais e não intervencionistas, em parte como forma de afastar pressões externas sobre suas práticas de governança (Gillespie, 2018a; 2018b; Nahon, 2015). A consolidação desses sistemas, porém, evidencia seu papel ativo na mediação, distribuição e hierarquização de conteúdos, com efeitos significativos sobre a experiência dos usuários e as condições de circulação do discurso online (Gillespie, 2018b).

ISSN 2175-8689 – v. 29, n. 2, 2026
DOI: 10.29146/eco-ps.v29i2.28689

Convencionalmente, moderar conteúdo envolve ações como remover publicações e suspender perfis, páginas e grupos, seja pela aplicação unilateral das regras das próprias plataformas, seja em resposta a exigências governamentais decorrentes do descumprimento de legislações locais (Klonick, 2017; Moran *et al.*, 2025). Outras práticas incluem restrições geográficas ou etárias de acesso, rotulagem de conteúdos potencialmente problemáticos e desmonetização de usuários responsáveis por conteúdos considerados nocivos (Gillespie, 2022). Em uma perspectiva ampliada, a moderação também abrange as formas pelas quais as plataformas organizam e regulam os fluxos informacionais de acordo com seus interesses. A seleção e a ordenação dos conteúdos determinam o que ganha visibilidade e o que permanece fora do alcance dos usuários, de modo que sua circulação depende de procedimentos de recomendação e distribuição (Alizadeh *et al.*, 2022). Nessa perspectiva, reduzir ou amplificar a visibilidade de determinados conteúdos também constitui uma forma de moderação: enquanto a redução limita sua exposição de maneira pouco perceptível aos usuários, a amplificação favorece conteúdos e usuários considerados "qualificados", segundo critérios e estratégias específicos (Gillespie, 2022; Moran *et al.*, 2025; Santini; Salles; Mattos, 2023).

Com isso, esses processos assumem uma dimensão *comercial*, agregando valor simbólico e econômico ao permitir que plataformas organizem o caos informacional da internet, restrinjam determinados discursos e conformem seus ambientes às expectativas dos usuários e às demandas dos anunciantes (Gillespie, 2018a; Roberts, 2016). Afinal, como demonstram Moran *et al.* (2025), grandes empresas exercem pressão para evitar que seus anúncios sejam exibidos junto a conteúdos considerados inadequados ou potencialmente ilegais. Logo, a crescente mediação dos fluxos informacionais e comunicacionais online pelas plataformas intensifica a tensão entre seus interesses comerciais e as expectativas sociais de que exerçam funções e responsabilidades orientadas pelo interesse público (Napoli, 2019).

Crises informacionais e a reconfiguração da governança das plataformas

A autorregulação dos conteúdos que circulam nas plataformas é frequentemente associada à noção de "mercado de ideias", segundo a qual sociedades democráticas devem enfrentar discursos considerados problemáticos pela liberdade de expressão e pela competição

https://revistaecopos.eco.ufrj.br/
ISSN 2175-8689 – v. 29, n. 2, 2026
DOI: 10.29146/eco-ps.v29i2.28689

entre diferentes ideias, e não mediante sua supressão (Diaz Ruiz, 2023; Napoli, 2019). Sob essa perspectiva, a intervenção sobre os conteúdos pode ser compreendida como uma ameaça à preservação de ambientes abertos e plurais (Maddox; Malson, 2020).

Em diferentes partes do mundo, esse entendimento passou a ser crescentemente questionado diante da sucessão de crises informacionais no ecossistema digital, marcadas por disputas que tensionam as formas de produção, circulação e legitimação da informação e se agravam com as transformações introduzidas pelas plataformas nesses processos (Recuero, 2026). A ampla circulação de conteúdos desinformativos, teorias da conspiração, discursos de ódio, conteúdos de apologia ao terrorismo e material de abuso sexual infantil evidenciou os efeitos sociais e políticos das práticas de governança das plataformas, colocando em questão a possibilidade de mantê-las baseadas exclusivamente na autorregulação (Crosset; Venturini; Dupont, 2026). Essas crises desempenharam papel importante na ampliação do debate sobre a adoção de mecanismos externos de regulação e responsabilização das plataformas, posteriormente articulado a outras preocupações, como a proteção dos consumidores, a garantia da privacidade e a preservação de condições de livre concorrência (Popiel, 2023).

A complexidade e a opacidade dos processos de moderação, somadas à dificuldade de aplicar regras aparentemente objetivas a grandes volumes de conteúdo e aos impactos desses processos para além do ecossistema digital, passaram a evidenciar limites importantes da capacidade das plataformas de governar esses fluxos de maneira eficaz (Roberts, 2018). Ao mesmo tempo em que autoridades nacionais passaram a discutir o endurecimento de marcos regulatórios existentes e a criação de novas formas de intervenção, plataformas passaram a aderir cada vez mais a iniciativas de governança informal baseadas em compromissos não vinculantes, apresentadas como formas de enfrentar problemas relacionados à circulação de conteúdos sem recorrer imediatamente a mecanismos regulatórios formais (Gorwa, 2019a).

Tais compromissos também podem ser compreendidos como parte de uma estratégia mais ampla de preservação da autorregulação. Como atores comerciais privados, majoritariamente sediados nos Estados Unidos, as grandes plataformas recorrem aos princípios do livre mercado e da liberdade de expressão para sustentar que podem não apenas se

https://revistaecopos.eco.ufrj.br/
ISSN 2175-8689 – v. 29, n. 2, 2026
DOI: 10.29146/eco-ps.v29i2.28689

autorregular, mas também corrigir falhas desse processo por meio de mecanismos adicionais (Ananny; Gillespie, 2017). Assim, anunciam mudanças de design e atualizações de diretrizes em resposta a críticas e pressões sobre suas práticas de governança, em um movimento ambíguo de reconhecimento de responsabilidades sem a correspondente assunção de obrigações externas de responsabilização (Bossetta, 2020).

A União Europeia oferece um exemplo da incorporação de mecanismos de autorregulação a estruturas mais formais de governança como resposta às crises informacionais. Como parte desse processo, foram estabelecidos códigos de conduta voluntários voltados a problemas específicos, como o Código de Conduta para o Combate ao Discurso de Ódio Ilegal (*The EU Code of Conduct on Countering Illegal Hate Speech Online*), de 2016 (European Commission, 2016), e o Código de Prática sobre Desinformação (*The EU Code of Practice on Disinformation*), de 2018 (European Commission, 2022). Os documentos reconheciam a "responsabilidade coletiva na promoção e facilitação da liberdade de expressão no ambiente digital" (European Commission, 2016, tradução dos autores) e estabeleciam compromissos relacionados à moderação de conteúdos, à transparência e à integridade dos serviços. Entre as medidas previstas estavam a avaliação de notificações de discurso de ódio ilegal em até 24 horas, a capacitação das equipes responsáveis por seu tratamento, a desmonetização de produtores de desinformação, o combate a contas falsas e o aumento da transparência da publicidade política (European Commission, 2016; 2022).

Essa experiência evidenciou limites importantes dos mecanismos voluntários. Embora as medidas adotadas pelas plataformas buscassem mitigar danos imediatos, sua implementação foi inconsistente, reforçando as demandas por uma regulação de conteúdo mais efetiva (Gorwa, 2024). Entendemos aqui a regulação de conteúdo como o conjunto de regras processuais que orientam as políticas e práticas de moderação das plataformas, estabelecendo condições para a publicação, o acesso, o compartilhamento e a monetização de conteúdos e incorporando mecanismos de denúncia, transparência, prestação de contas e devido processo (Eifert *et al.*, 2021; Gorwa, 2024). Essas limitações tornaram-se especialmente visíveis durante a pandemia de Covid-19: uma avaliação da Comissão Europeia, realizada em 2020, identificou a aplicação

ISSN 2175-8689 – v. 29, n. 2, 2026
DOI: 10.29146/eco-ps.v29i2.28689

incompleta dos compromissos assumidos pelas plataformas, além de lacunas no monitoramento e na disponibilidade de informações sobre sua efetividade. Em resposta, a Comissão passou a defender o fortalecimento do marco regulatório europeu, para além da moderação de conteúdo (European Union, 2021).

Começou-se, assim, a construir um modelo de corregulação, em que os compromissos assumidos e implementados pelas plataformas passariam a se basear não apenas em códigos de conduta voluntários, mas também em um marco jurídico vinculante. Em 2022, foram aprovados o *Digital Services Act* (DSA) e o *Digital Markets Act* (DMA), dois marcos voltados a diferentes dimensões do poder exercido pelas grandes plataformas digitais no ecossistema europeu. Ao passo que o DMA se concentra nas relações econômicas e concorrenciais das grandes plataformas, buscando assegurar condições mais justas e contestáveis nos mercados digitais, o DSA estabelece um novo conjunto de obrigações voltadas à regulação das práticas de governança de conteúdo, com ênfase na transparência, na moderação e na mitigação de riscos (Eifert *et al.*, 2021; European Union, 2022a; 2022b).

No âmbito da regulação de conteúdo, o DSA não elimina as isenções de responsabilidade dos intermediários por conteúdos produzidos por terceiros, previstas na ECD. Sua principal inovação reside na criação de um amplo regime de deveres de diligência, transparência e mitigação de riscos, voltado a ampliar a capacidade de autoridades públicas, pesquisadores e sociedade civil de compreender o funcionamento das plataformas e seus efeitos (Strowel; De Meyere, 2023). Essas exigências são proporcionais ao porte e ao impacto dos serviços e se tornam mais abrangentes para as maiores plataformas, classificadas de acordo com o número de usuários na União Europeia. Entre elas, estão a ampliação das obrigações de transparência, o acesso de pesquisadores a dados das plataformas e, para as plataformas de maior alcance, a avaliação e mitigação dos chamados riscos sistêmicos. Desse modo, o regime desloca parte da atenção regulatória da remoção de conteúdos específicos para as condições, os processos e as estruturas por meio dos quais as plataformas organizam, moderam e fazem circular conteúdos (European Union, 2022b; Frosio, 2024).

ISSN 2175-8689 – v. 29, n. 2, 2026
DOI: 10.29146/eco-ps.v29i2.28689

O caso do PL 2.630/2020 no Brasil

Ainda que o caso europeu seja relevante para compreender as recentes transformações na governança das plataformas digitais, ele não representa a totalidade das experiências de regulação desenvolvidas em diferentes contextos nacionais e regionais. Enquanto esse processo se desenrolava na União Europeia, o Brasil também desenvolvia uma proposta de regulação das plataformas digitais em resposta a seus próprios desafios. Escândalos públicos envolvendo a disseminação massiva de desinformação nas eleições gerais de 2018, bem como preocupações semelhantes associadas à pandemia de Covid-19, reacenderam o debate sobre a regulação de plataformas para além do MCI (Bueno; Canaan, 2024).

Em 2020, foi apresentado o PL 2.630/2020, também conhecido como o "PL das *Fake News*", graças às preocupações em torno do combate à desinformação, que propunha a criação da Lei Brasileira de Liberdade, Responsabilidade e Transparência na Internet. O projeto buscava estabelecer obrigações para plataformas de redes sociais e serviços de mensagens privadas relacionadas à transparência, ao combate a comportamentos inautênticos e redes de distribuição artificial de conteúdo, à publicidade e aos conteúdos impulsionados e às práticas de moderação, articulando essas medidas à proteção da liberdade de expressão (Brasil, 2020a). Aprovado pelo Senado Federal ainda naquele ano, o projeto seguiu para a Câmara dos Deputados, onde passou por sucessivas alterações de escopo e conteúdo, em um processo que ampliou o debate sobre a necessidade de uma reformulação mais abrangente da legislação brasileira aplicável às plataformas e aos serviços digitais (Tomaz, 2023).

Entre 2021 e 2023, o projeto incorporou progressivamente novas dimensões à proposta original, passando a contemplar, de forma mais ampla, deveres de transparência, mecanismos de supervisão e regras relacionadas à moderação e à responsabilização das plataformas — recolocando em debate, inclusive, o regime de responsabilidade dos provedores estabelecido pelo MCI (Pinheiro, 2024). Nesse processo, o debate brasileiro também passou a dialogar com o desenvolvimento do DSA na União Europeia, ainda que de maneira limitada, diante das particularidades dos desafios próprios do contexto regulatório brasileiro (Bueno; Canaan, 2024).

ISSN 2175-8689 – v. 29, n. 2, 2026
DOI: 10.29146/eco-ps.v29i2.28689

O PL 2.630/2020 chegou, assim, a 2023 como uma proposta substancialmente distinta daquela apresentada no Senado em 2020, aproximando-se de um modelo regulatório que não se limitava à remoção de conteúdos específicos, mas buscava estabelecer obrigações relacionadas às próprias práticas de governança das plataformas (Tomaz, 2023). A versão apresentada em abril de 2023 buscava, entre outros aspectos, estabelecer a responsabilidade civil dos provedores por conteúdos ilícitos veiculados por meio de publicidade e impulsionamento pagos; garantir o devido processo e mecanismos de recurso aos usuários afetados por decisões de moderação; ampliar o controle dos usuários sobre o uso de seus dados para fins de publicidade direcionada; estabelecer mecanismos de transparência sobre publicidade, moderação de conteúdo e sistemas de recomendação; e exigir que as plataformas adotassem medidas para mitigar riscos sistêmicos (Brasil, 2020b). Naquele momento, levantamentos de opinião indicavam que mais de 77% da população brasileira era favorável à regulação das plataformas digitais (Prates, 2023).

Em 26 de abril de 2023, a Câmara dos Deputados aprovou o requerimento de urgência para a apreciação do projeto. Porém, após um período de intensos debates que mobilizaram representantes da sociedade civil, das plataformas digitais e dos Poderes Executivo e Legislativo, o PL 2.630/2020 foi retirado da pauta do Plenário da Câmara dos Deputados em maio de 2023 e permanece sem novas ações legislativas registradas em sua tramitação principal desde então (Brasil, 2020b), apesar de ter ocupado lugar de destaque na agenda do início do terceiro mandato do presidente Luiz Inácio Lula da Silva.

Isso decorre da atuação pública de empresas de tecnologia e plataformas digitais contrárias à proposta, que mobilizaram estratégias de comunicação e pressão sobre a opinião pública. Para analisar essas estratégias no debate sobre o PL 2.630/2020, realizamos uma coleta de evidências primárias entre 20 de abril e 10 de maio de 2023 focada na atuação do Google. O período foi definido de modo a abranger a aprovação do requerimento de urgência para a tramitação do projeto e os acontecimentos que antecederam e sucederam sua retirada da pauta do Plenário da Câmara dos Deputados.

ISSN 2175-8689 – v. 29, n. 2, 2026
DOI: 10.29146/eco-ps.v29i2.28689

A investigação combinou análise descritiva de dados de tráfego orgânico e pago, um experimento de buscas na Pesquisa Google, monitoramento de publicidade no Facebook e Instagram e observação multiplataforma. A coleta de dados sobre publicidade digital combinou diferentes procedimentos. Na Biblioteca de Anúncios da Meta, realizamos consultas diárias durante todo o período de análise, buscando identificar anúncios relacionados ao PL 2.630/2020. O acompanhamento contínuo buscou reduzir o risco de perda de anúncios em razão da dinâmica de sua veiculação e das limitações dos mecanismos de consulta e filtragem disponibilizados pela empresa, especialmente no caso de anúncios que não se enquadram nas categorias de publicidade política contempladas pela ferramenta (Santini *et al*., 2026).

Paralelamente, realizamos 72 consultas em modo de navegação anônima na Pesquisa Google, utilizando uma aplicação de *Virtual Private Network* (VPN) para simular acessos a partir de localidades brasileiras selecionadas aleatoriamente. Buscamos, dessa forma, observar a presença de anúncios relacionados ao PL 2.630/2020 e sua posição em relação aos resultados orgânicos. Complementarmente, utilizamos dados do Similarweb (*s. d.*) sobre as palavras-chave associadas a anúncios e sobre a participação do tráfego orgânico e pago dos sites apresentados nos resultados dos mecanismos de busca. Por fim, realizamos observações multiplataforma para identificar mensagens e conteúdos produzidos e distribuídos pelas próprias empresas de tecnologia em diferentes ambientes.

Essas estratégias permitiram identificar diferentes modalidades de atuação das plataformas no debate público, incluindo conteúdos de circulação orgânica, mensagens e comunicações direcionadas pelas próprias empresas a seus usuários e publicidade relacionada ao projeto. A realização deste estudo de caso se justifica pela possibilidade de analisar as estratégias adotadas pelas plataformas diante de desafios ao *status quo* de sua governança autorregulada e as disputas políticas desencadeadas por eles, contribuindo para o debate teórico sobre as relações entre autorregulação, regulação e poder no ecossistema digital.

ISSN 2175-8689 – v. 29, n. 2, 2026
DOI: 10.29146/eco-ps.v29i2.28689

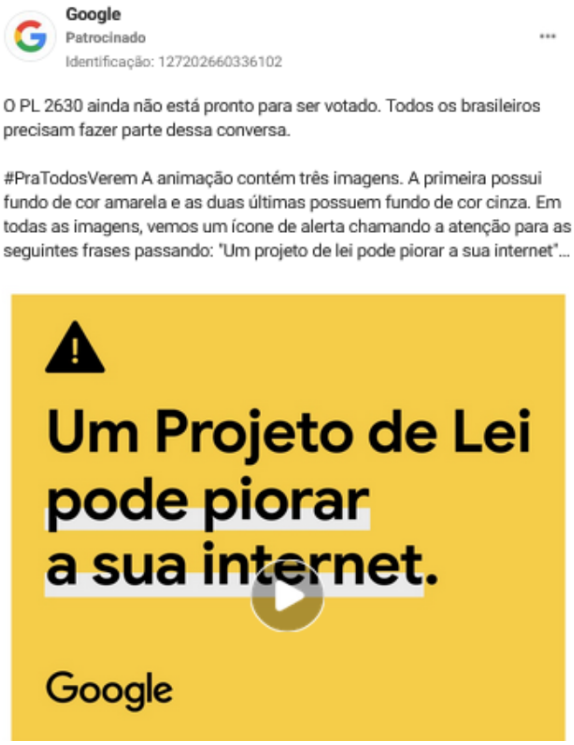
A atuação das plataformas na disputa pelo PL 2.630/2020

No âmbito da publicidade paga em plataformas digitais, identificamos nove anúncios distintos veiculados pelo Google no ecossistema da Meta — composto por Facebook, Instagram, Messenger e Audience Network — durante o período de investigação. Mesmo abordando um projeto de lei em tramitação, nenhum deles foi classificado como anúncio político. Essa classificação é relevante porque anúncios identificados como políticos estão sujeitos a requisitos adicionais de transparência e a mecanismos específicos de arquivamento e escrutínio público. Assim, por não serem enquadrados nessa categoria, os anúncios não foram incorporados ao arquivo de anúncios políticos da plataforma e não estavam sujeitos aos requisitos específicos de transparência aplicáveis a esse tipo de publicidade (Meta, *s. d.*).

O Google adotou diferentes estratégias narrativas para se posicionar contra o projeto, recorrendo a um tom marcado pelo histrionismo e orientado à provocação de reações nos usuários, porém sem apresentar fundamentação para as afirmações realizadas. Entre outras mensagens, a empresa argumentava que o texto ainda não havia sido suficientemente discutido com a população brasileira para ser votado e afirmava que sua aprovação poderia "piorar [a] internet" à qual os brasileiros têm acesso, como mostra o exemplo da Figura 1. Outras peças apresentavam afirmações semelhantes, segundo as quais o projeto poderia "aumentar a desinformação no Brasil" e "aumentar a confusão sobre o que é verdade ou o que é mentira", sem, contudo, explicitar os mecanismos pelos quais esses efeitos ocorreriam.

Figura 1 – Exemplo de anúncio do Google contrário ao PL 2.630/2020 veiculado nas plataformas da Meta

https://revistaecopos.eco.ufrj.br/
ISSN 2175-8689 – v. 29, n. 2, 2026
DOI: 10.29146/eco-ps.v29i2.28689



Fonte: captura de tela dos autores.

Esses anúncios não se limitavam a apresentar a posição da empresa. Ao interagir com eles, os usuários eram direcionados a textos assinados por Marcelo Lacerda, então diretor de Relações Governamentais e Políticas Públicas do Google Brasil, e publicados no blog da empresa, nos quais sustentava que o projeto de lei colocaria em risco a liberdade de expressão no país (Lacerda, 2023a) e convocava os leitores a "falar com seu deputado nas redes sociais" para defender mudanças no texto (Lacerda, 2023b). A mobilização da opinião pública era, desse modo, utilizada como instrumento de pressão sobre o Congresso Nacional em defesa dos interesses da empresa.

O Google não recorreu apenas a serviços digitais de terceiros para veicular publicidade paga durante o período: em nossos testes, ao pesquisar por "pl 2630" no buscador da empresa, identificamos diferentes resultados patrocinados pela mesma, entre os quais um que se referia à proposta como "PL da Censura", conforme ilustrado na Figura 2. A expressão, amplamente mobilizada por setores da extrema direita brasileira para se opor à iniciativa, sintetizava a

https://revistaecopos.eco.ufrj.br/
ISSN 2175-8689 – v. 29, n. 2, 2026
DOI: 10.29146/eco-ps.v29i2.28689

narrativa segundo a qual a regulação das plataformas e dos serviços digitais representaria uma ameaça à liberdade de expressão no país (Costa, 2023).

Figura 2 – Exemplo de anúncio do Google contrário ao PL 2.630/2020 veiculado no buscador da empresa

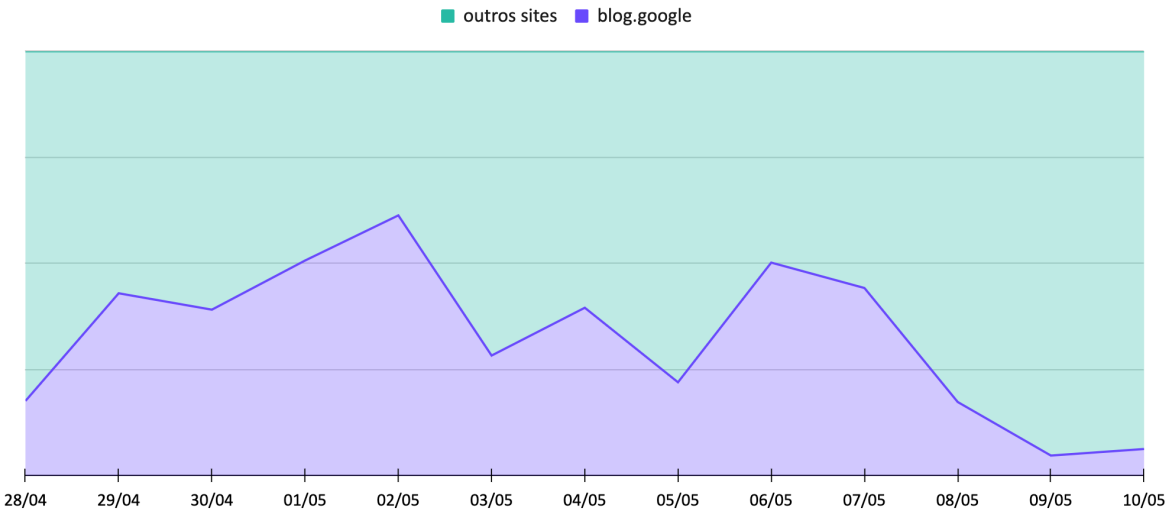
Fonte: captura de tela dos autores.

Como mostra a Figura 3, ao longo do período analisado, a participação do Blog do Google no tráfego pago das buscas relacionadas ao projeto de lei variou significativamente, alcançando seu ponto máximo em 2 de maio (61,34%) e seu ponto mínimo em 9 de maio (4,76%). Apesar de essa participação ter oscilado ao longo do período, a presença recorrente do site entre os resultados pagos suscita duas questões centrais. Primeiro, a utilização do próprio mecanismo de busca para promover o posicionamento da empresa conferia a essa mensagem uma posição privilegiada na disputa pela atenção pública. Estudos indicam que a localização dos anúncios pagos nos resultados de busca pode favorecer sua visibilidade e influência, especialmente diante da dificuldade de parte dos usuários em distingui-los dos resultados orgânicos (Schultheiß; Lewandowski, 2021). Assim, ao associar seu posicionamento contrário ao projeto a um espaço de destaque nos resultados de pesquisa, o Google não apenas participava do debate regulatório, mas também mobilizava a própria infraestrutura para ampliar a exposição de seus argumentos.

https://revistaecopos.eco.ufrj.br/
ISSN 2175-8689 – v. 29, n. 2, 2026
DOI: 10.29146/eco-ps.v29i2.28689

Segundo, a escolha de um enquadramento discursivo associado à oposição de setores da direita brasileira à proposta aponta para uma convergência tática e discursiva entre os interesses regulatórios da empresa e as narrativas desses grupos.

Figura 3 – Distribuição do tráfego pago nas buscas relacionadas ao PL 2.630/2020 na Pesquisa Google



Fonte: elaborado pelos autores com base em dados do Similarweb (*s. d.*).

Outros episódios documentados no período reforçam as tentativas do Google de interpelar diretamente seus públicos e mobilizar apoio popular contra o PL 2.630/2020, valendo-se das funcionalidades de suas plataformas e de canais de comunicação direta com usuários e criadores de conteúdo. Um exemplo foi a comunicação direcionada a criadores pelo painel interno do YouTube, que os alertava sobre possíveis consequências da aprovação do projeto e os encaminhava a uma publicação no blog da plataforma. Nesse texto, o YouTube sustentava que a nova legislação poderia obrigar a empresa a realizar remoções em massa de conteúdos e levar à aplicação assimétrica de regras entre criadores. Ao mesmo tempo, defendia a suficiência de seus próprios mecanismos de autorregulação, argumentando que suas diretrizes já permitiam combater vídeos contendo "desinformação, discurso de ódio, violência, assédio, segurança infantil, entre outras [violações]" (YouTube Brasil, 2023).

https://revistaecopos.eco.ufrj.br/
ISSN 2175-8689 – v. 29, n. 2, 2026
DOI: 10.29146/eco-ps.v29i2.28689

A última iniciativa dessa ofensiva por parte da empresa ocorreu em 1º de maio de 2023, na véspera da votação do mérito do projeto na Câmara dos Deputados. Naquele dia, o Google exibiu a todos os usuários de seu mecanismo de busca a mensagem "O PL das Fake News pode aumentar a confusão sobre o que é verdade ou mentira no Brasil", vista na Figura 4. Ao utilizar um espaço privilegiado de sua própria infraestrutura digital para difundir indiscriminadamente uma mensagem contrária ao projeto, a empresa mobilizou o alcance e as funcionalidades de seu buscador em favor de seus interesses regulatórios, em uma tentativa de obstruir o avanço da proposta no Congresso Nacional.

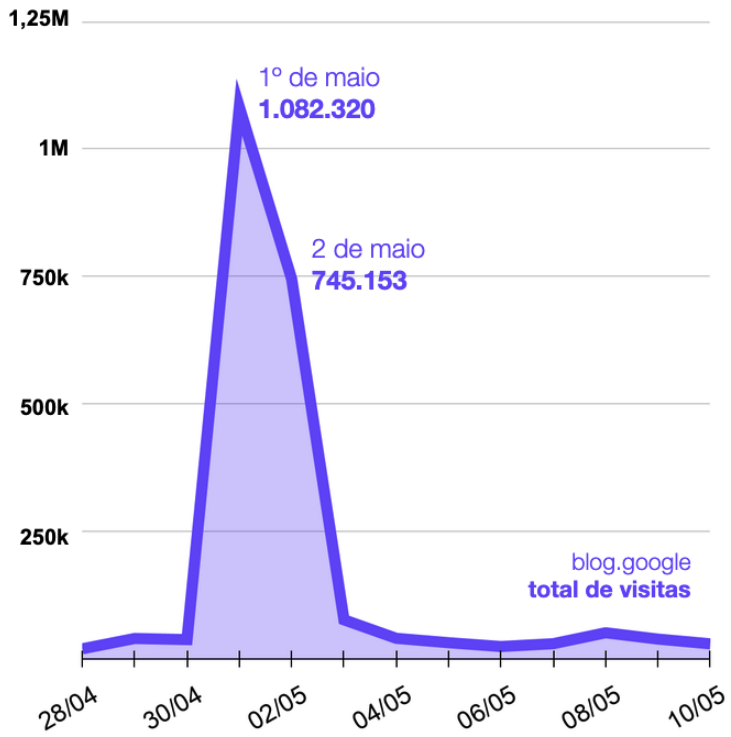
Figura 4 – Mensagem contrária ao PL 2.630/2020 exibida pelo Google a todos os usuários brasileiros de seu buscador em 1º de maio de 2023

Fonte: captura de tela dos autores.

A iniciativa também gerou um aumento expressivo da audiência do Blog do Google. Segundo dados do Similarweb (*s. d.*) coletados para esta pesquisa, a página recebeu quase 2 milhões de visitas em dois dias, volume muito superior ao observado nos dias imediatamente anteriores e posteriores, quando a audiência diária não alcançava 10% desse patamar, como visto na Figura 5. A concentração de acessos nesse intervalo evidencia a capacidade da comunicação promovida pelo buscador de direcionar grandes volumes de tráfego aos canais institucionais da empresa, ampliando a circulação de seus argumentos no momento decisivo da tramitação do projeto.

ISSN 2175-8689 – v. 29, n. 2, 2026
DOI: 10.29146/eco-ps.v29i2.28689

Figura 5 – Visitas diárias ao Blog do Google durante o período analisado



Fonte: elaborado pelos autores com base em dados do Similarweb (*s. d.*).

A partir das evidências analisadas nesse estudo, demonstramos como o Google atuou no debate público para construir a percepção de que iniciativas regulatórias como o PL 2.630/2020 ameaçariam a liberdade de expressão e manifestação no país. Essa atuação não se restringiu à formulação de argumentos públicos, mas envolveu o uso de recursos e espaços privilegiados das próprias plataformas para ampliar sua circulação. A não observação de políticas de transparência e governança pela empresa indica que a estratégia de comunicação dependia de usos das infraestruturas de publicidade que não estavam igualmente disponíveis aos demais participantes do debate.

Além disso, a empresa enquadrou os esforços regulatórios voltados a limitar o poder das plataformas não como medidas destinadas a regular as empresas, mas como potenciais prejuízos aos consumidores e aos usuários. Em conjunto, essas evidências mostram como o Google pôde

https://revistaecopos.eco.ufrj.br/
ISSN 2175-8689 – v. 29, n. 2, 2026
DOI: 10.29146/eco-ps.v29i2.28689

mobilizar suas próprias infraestruturas de distribuição e publicidade para intervir no debate sobre a regulação das plataformas, convertendo um conflito sobre poder e responsabilização das empresas em uma disputa apresentada sobretudo em termos de liberdade de expressão e proteção dos usuários. O projeto acabou retirado de pauta e não voltou a ser discutido pelo Congresso Nacional, apesar do amplo apoio popular a iniciativas desse tipo (Prates, 2023).

Discussão

Neste trabalho, percorremos diferentes dimensões dos mecanismos de governança de plataformas digitais, buscando compreender as circunstâncias exógenas e endógenas que condicionam a regulação dos discursos e das possibilidades de expressão de seus usuários. Examinamos os processos de reformulação dessa governança, tomando como referência o pioneirismo da União Europeia diante das sucessivas crises informacionais que afetaram suas bases globais de usuários na última década e a mudança de paradigma na regulação de conteúdo, marcada pela ampliação das possibilidades de responsabilização. Por fim, analisamos a tentativa brasileira de estabelecer uma nova estrutura de regulação de conteúdo para plataformas digitais com o PL 2.630/2020.

O que aproxima as iniciativas de regulação de conteúdo em plataformas digitais são as disputas políticas e sociais que acompanham sua implementação (Gorwa, 2024). Por mais que empresas como Google e Meta também tenham atuado diretamente junto a parlamentares para barrar o projeto (Scofield; Viana, 2025), a mobilização da opinião pública constitui uma dimensão relevante dessas estratégias de influência. Yates (2023) denomina essa prática de "lobby corporativo de base", envolvendo a mobilização, o financiamento e a coordenação de pessoas comuns para dificultar avanços regulatórios. O estudo de caso aqui apresentado contribui empiricamente para o entendimento dessa prática.

Experiências em outras jurisdições, contudo, mostram que a mobilização da opinião pública recebeu menor destaque por parte desses mesmos atores. No contexto da aprovação do DMA e, principalmente, do DSA na União Europeia, essa estratégia de influência teve menor expressão, em contraste com a atuação direta junto a parlamentares. Como demonstram Gorwa,

ISSN 2175-8689 – v. 29, n. 2, 2026
DOI: 10.29146/eco-ps.v29i2.28689

Lechowski e Schneiß (2024), predominou um repertório mais tradicional de atuação empresarial, concentrado em ações de lobby e interlocução com parlamentares por empresas como Amazon, Meta, Google e Spotify. No caso brasileiro, a experiência do PL 2.630 evidencia a tentativa de construir alianças entre consumidores e empresas de tecnologia, na qual estas procuraram afastar de si o ônus da regulação, apresentando seus próprios interesses como coincidentes com os de seus consumidores e fomentando uma percepção compartilhada de interesses contrários à intervenção regulatória (Culpepper; Thelen, 2019).

Além disso, as campanhas públicas conduzidas por plataformas em defesa da desregulação mobilizaram argumentos semelhantes aos empregados por setores da extrema direita brasileira. Embora esse alinhamento possa ser compreendido no contexto de um novo governo de esquerda que buscava estabelecer novas formas de regulação desses serviços, ele também pode ser interpretado como um sintoma de uma crescente radicalização do discurso das empresas de tecnologia, após décadas de defesa de uma suposta "neutralidade" (Gillespie, 2018a), que não se restringe ao Brasil. Desde o retorno de Donald Trump à presidência dos Estados Unidos, a posição do país em relação à regulação de plataformas em outras jurisdições tem sido apresentada como uma ameaça às empresas estadunidenses e ao livre mercado (Nguyen; Luck, 2026). Claypool (2026), por exemplo, aponta para uma crescente aproximação entre empresas de tecnologia e o governo dos Estados Unidos, em um processo que, segundo o autor, sacrifica proteções públicas e a própria noção de interesse público na regulação de tecnologias e comunicações em benefício de interesses privados.

Apesar desses obstáculos, as iniciativas de regulação e de ampliação da responsabilização das plataformas no Brasil não desapareceram, mas passaram a se desenvolver de forma mais fragmentada. Nos últimos anos, o Tribunal Superior Eleitoral, em interlocução com especialistas e a sociedade civil, publicou resoluções que disciplinam o uso de tecnologias e plataformas digitais em contextos eleitorais, ampliando as obrigações das plataformas diante de riscos associados à inteligência artificial, à manipulação de conteúdos pagos e a operações de influência capazes de afetar a integridade do processo eleitoral (Bueno; Canaan, 2024; NetLab UFRJ, 2026). Em 2025, o Supremo Tribunal Federal declarou parcialmente inconstitucional o artigo 19 do

ISSN 2175-8689 – v. 29, n. 2, 2026
DOI: 10.29146/eco-ps.v29i2.28689

MCI, passando a admitir a responsabilização civil de plataformas digitais mesmo sem ordens judiciais prévias, a depender do tipo de conteúdo e dos riscos associados. Concluído em 2026, o julgamento determinou, entre outros pontos, a presunção de responsabilidade de plataformas e outros provedores por conteúdos impulsionados que contenham ilicitudes, além de estabelecer o dever de remoção em tempo hábil de conteúdos que configurem crimes graves, como terrorismo, tentativa de golpe de Estado, racismo e crimes contra mulheres e crianças (Supremo Tribunal Federal, 2026).

Por último, após ter sido aprovada pelo Congresso Nacional em 2025, a Lei nº 15.211/2025 entrou em vigor em março de 2026. Também conhecida como Estatuto Digital da Criança e do Adolescente (ECA Digital), estabelece novas condições para a proteção de crianças e adolescentes no acesso, uso e interação com plataformas digitais, incluindo mecanismos de aferição de idade, prevenção do acesso a conteúdos inadequados e combate a práticas que possam induzir ao uso compulsivo (Miolaro; Piovesan, 2025). Com isso, a proteção de crianças e adolescentes no ambiente digital deixa de se restringir ao âmbito doméstico e passa a incorporar dimensões estruturais da organização e do funcionamento das plataformas, conforme o estabelecimento de obrigações específicas e mecanismos de fiscalização atribuídos à Autoridade Nacional de Proteção de Dados (Brasil, 2025).

Seu processo de aprovação também foi conturbado, marcado por tentativas de lobby por parte de plataformas, como ocorreu no caso do PL 2.630/2020, mas essas estratégias não foram suficientes para impedir seu avanço, sobretudo em virtude de escândalos públicos relacionados à circulação de conteúdos tóxicos voltados ao público infantojuvenil (Monteiro, 2025). Juntos, esses desdobramentos apontam para uma nova forma de governança *das* plataformas, que combina mecanismos de regulação provenientes do Legislativo, do Judiciário e de outras instâncias, configurando um regime com características próprias do contexto brasileiro e de difícil transposição para outras jurisdições. A adoção de respostas regulatórias específicas para diferentes processos e questões constitui uma alternativa à construção de um marco regulatório mais abrangente e uniforme, cujos efeitos, potencialidades e limitações ainda deverão ser acompanhados e avaliados nos próximos anos.

ISSN 2175-8689 – v. 29, n. 2, 2026
DOI: 10.29146/eco-ps.v29i2.28689

Referências

AGÊNCIA SENADO. Plínio Valério critica PL das Fake News. **Senado Notícias**, 2 maio 2023. [on-line] Disponível em: https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2023/05/02/plinio-valerio-critica-pl-das-fake-news. Acesso em: 18 set. 2026.

ALIZADEH, M. *et al*. Content moderation as a political issue: the Twitter discourse around Trump's ban. **Journal of Quantitative Description: Digital Media**, v. 2, 2022. [on-line] Disponível em: https://journalqd.org/article/view/3424. Acesso em: 23 jan. 2025.

ANANNY, M.; GILLESPIE, T. Public platforms: beyond the cycle of shocks and exceptions. *In*: INTERNATIONAL COMMUNICATION ASSOCIATION. Annual Conference of the International Communications Association, 67., 2017, San Diego. **Anais** [...]. Washington, D.C.: International Communication Association, 2017. [on-line] Disponível em: https://blogs.oii.ox.ac.uk/ipp-conference/sites/ipp/files/documents/anannyGillespie-publicPlatforms-oii-submittedSept8.pdf. Acesso em: 7 jan. 2025.

BBC NEWS BRASIL. Marco civil da internet: como Estados Unidos e Europa tratam as "big techs". **BBC News Brasil**, 13 jun. 2025. [on-line] Disponível em: https://www.bbc.com/portuguese/articles/c17rvkd2qxgo. Acesso em: 18 jun. 2025.

BOSSETTA, M. Scandalous design: how social media platforms' responses to scandal impacts campaigns and elections. **Social Media + Society**, v. 6, n. 2, p. 1–4, 2020. [on-line] Disponível em: https://doi.org/10.1177/2056305120924777. Acesso em: 5 abr. 2025.

BRASIL. **Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014**. Marco Civil da Internet. Presidência da República, 2014. [on-line] Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/l12965.htm. Acesso em: 8 abr. 2025.

BRASIL. **Projeto de Lei nº 2.630, de 2020**. Institui a Lei Brasileira de Liberdade, Responsabilidade e Transparência na Internet. Senado Federal, 2020a. [on-line] Disponível em: https://www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/materia/141944. Acesso em: 8 set. 2026.

BRASIL. **PL 2630/2020**. Institui a Lei Brasileira de Liberdade, Responsabilidade e Transparência na Internet. Câmara dos Deputados, 2020b. [on-line] Disponível em: https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=2256735. Acesso em: 8 set. 2026.

BRASIL. **Lei nº 15.211, de 17 de setembro de 2025**. Dispõe sobre a proteção de crianças e adolescentes em ambientes digitais (Estatuto Digital da Criança e do Adolescente). Presidência da República, 2025. [on-line] Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2023-2026/2025/lei/l15211.htm. Acesso em: 10 set. 2026.

BREGA, G. R. A regulação de conteúdo nas redes sociais: uma breve análise comparativa entre o NetzDG e a solução brasileira. **Revista Direito GV**, v. 19, p. 1–27, 2023. [on-line] Disponível em: https://doi.org/10.1590/2317-61722023b05. Acesso em: 1 jul. 2025.

BUENO, T. M.; CANAAN, R. G. The Brussels effect in Brazil: analysing the impact of the EU digital services act on the discussion surrounding the fake news bill. **Telecommunications Policy**, v. 48, n. 5, p. 1–15, jun. 2024. [on-line] Disponível em: https://doi.org/10.1016/j.telpol.2024.102757. Acesso em: 5 set.

ISSN 2175-8689 – v. 29, n. 2, 2026
DOI: 10.29146/eco-ps.v29i2.28689

2025.

CGI.BR. Resolução CGI.br/RES/2009/003/P. **Comitê Gestor da Internet no Brasil**, 2009. [on-line] Disponível em: https://cgi.br/resolucoes/documento/2009/003/. Acesso em: 18 set. 2026.

CGI.BR. Um pouco sobre o Marco Civil da Internet. **Comitê Gestor da Internet no Brasil**, 20 abr. 2014. [on-line] Disponível em: https://www.cgi.br/noticia/notas/um-pouco-sobre-o-marco-civil-da-internet/. Acesso em: 18 set. 2026.

CLAYPOOL, R. Big Tech embraces Trump: how self-serving Big Tech corporations and executives are pandering to the president. **Public Citizen**, 23 abr. 2026. [on-line] Disponível em: https://www.citizen.org/article/big-tech-embraces-trump-report/. Acesso em: 30 set. 2026.

COSTA, S. Oposição usa fake news contra PL 2630. E leva vantagem nas redes sociais. **Congresso em Foco**, 1 maio 2023. [on-line] Disponível em: https://www.congressoemfoco.com.br/noticia/9992/oposicao-usa-fake-news-contra-pl-2630-e-leva-vantagem-nas-redes-sociais. Acesso em: 18 set. 2026.

CROSSET, V.; VENTURINI, T.; DUPONT, B. Content moderation as traffic control: an analysis of EU and US legislation on platform regulation. **Critical Studies on Security**, 2026. [on-line] Disponível em: https://doi.org/10.1080/21624887.2026.2692735. Acesso em: 25 set. 2026.

CULPEPPER, P. D.; THELEN, K. Are we all Amazon Primed? Consumers and the politics of platform power. **Comparative Political Studies**, v. 53, n. 2, p. 288–318, 2019. [on-line] Disponível em: https://doi.org/10.1177/0010414019852687. Acesso em: 5 abr. 2025.

DIAZ RUIZ, C. Disinformation on digital media platforms: a market-shaping approach. **New Media & Society**, v. 27, n. 4, p. 2188–2211, 2023. [on-line] Disponível em: https://doi.org/10.1177/14614448231207644. Acesso em: 5 abr. 2025.

EIFERT, M. *et al.* Taming the giants: the DMA/DSA package. **Common Market Law Review**, v. 58, n. 4, p. 987–1028, 2021. [on-line] Disponível em: https://doi.org/10.54648/cola2021065. Acesso em: 26 fev. 2025.

ESTADOS UNIDOS. **47 U.S. Code § 230 – Protection for private blocking and screening of offensive material**. Washington, D.C.: Office of the Law Revision Counsel, 1996. [on-line] Disponível em: https://www.law.cornell.edu/uscode/text/47/230. Acesso em: 20 set. 2026.

ESTADOS UNIDOS. **Supreme Court. Reno v. American Civil Liberties Union**. 521 U.S. 844, 1997. [on-line] Disponível em: https://www.law.cornell.edu/supremecourt/text/521/844. Acesso em: 20 set. 2026.

EUROPEAN COMMISSION. Code of conduct on countering illegal hate speech online. **European Commission**, 30 jun. 2016. [on-line] Disponível em: https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/policies/justice-and-fundamental-rights/combatting-discrimination/racism-and-xenophobia/eu-code-conduct-countering-illegal-hate-speech-online_en. Acesso em: 18 set. 2026.

EUROPEAN COMMISSION. 2018 Code of Practice on Disinformation. **European Commission**, 16 jun. 2022. [on-line] Disponível em: https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/2018-code-practice-disinformation. Acesso em: 18 set. 2026.

ISSN 2175-8689 – v. 29, n. 2, 2026
DOI: 10.29146/eco-ps.v29i2.28689

EUROPEAN UNION. Directive 2000/31/EC of the European Parliament and of the Council of 8 June 2000 on certain legal aspects of information society services, in particular electronic commerce, in the Internal Market ('Directive on electronic commerce'). **EUR-Lex**, 17 jul. 2000. [on-line] Disponível em: https://eur-lex.europa.eu/eli/dir/2000/31/oj. Acesso em: 29 set. 2026.

EUROPEAN UNION. Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions. **EUR-Lex**, 26 maio 2021. [on-line] Disponível em: https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=CELEX%3A52021DC0262. Acesso em: 18 set. 2026.

EUROPEAN UNION. Regulation (EU) 2022/1925 of the European Parliament and of the Council of 14 September 2022 on contestable and fair markets in the digital sector and amending Directives (EU) 2019/1937 and (EU) 2020/1828 (Digital Markets Act). **EUR-Lex**, 14 set. 2022a. [on-line] Disponível em: https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2022/1925/oj/eng. Acesso em: 29 set. 2026.

EUROPEAN UNION. Regulation (EU) 2022/2065 of the European Parliament and of the Council of 19 October 2022 on a Single Market For Digital Services and amending Directive 2000/31/EC (Digital Services Act). **EUR-Lex**, 27 out. 2022b. [on-line] Disponível em: https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/?uri=CELEX:32022R2065. Acesso em: 29 set. 2026.

FROSIO, G. From the e-Commerce Directive to the Digital Services Act. **SSRN Scholarly Paper**, 2024. [on-line] Disponível em: https://papers.ssrn.com/abstract=4914816. Acesso em: 30 abr. 2026.

GILLESPIE, T. **Custodians of the internet**: platforms, content moderation, and the hidden decisions that shape social media. New Haven: Yale University Press, 2018a.

GILLESPIE, T. Governance of and by platforms. *In*: BURGESS, J.; MARWICK, A.; POELL, T. (Org.). **The SAGE handbook of social media**. Londres: SAGE, 2018b. p. 254–278. [on-line] Disponível em: https://sk.sagepub.com/reference/the-sage-handbook-of-social-media/i2081.xml. Acesso em: 3 jan. 2025.

GILLESPIE, T. Do not recommend? Reduction as a form of content moderation. **Social Media + Society**, v. 8, n. 3, 2022. [on-line] Disponível em: https://doi.org/10.1177/20563051221117552. Acesso em: 22 set. 2022.

GORWA, R. The platform governance triangle: conceptualising the informal regulation of online content. **Internet Policy Review**, v. 8, n. 2, p. 1–22, 2019a. [on-line] Disponível em: https://doi.org/10.14763/2019.2.1407. Acesso em: 5 abr. 2025.

GORWA, R. What is platform governance? **Information, Communication & Society**, v. 22, n. 6, p. 854–871, 2019b. [on-line] Disponível em: https://doi.org/10.1080/1369118X.2019.1573914. Acesso em: 5 abr. 2025.

GORWA, R. **The politics of platform regulation**: how governments shape online content moderation. Nova York: Oxford University Press, 2024.

GORWA, R.; LECHOWSKI, G.; SCHNEISS, D. Platform lobbying: policy influence strategies and the EU's Digital Services Act. **Internet Policy Review**, v. 13, n. 2, p. 1–26, 2024. [on-line] Disponível em: https://doi.org/10.14763/2024.2.1782. Acesso em: 24 dez. 2024.

HILL, S.; SHTERN, J. Techlash, platformization and the struggle to govern online content. *In*: PADOVANI, C. *et al.* (Org.). **Global communication governance at the crossroads**. Cham: Springer International Publishing, 2024. p. 315–332.

IGLESIAS KELLER, C. Policy by judicialisation: the institutional framework for intermediary liability in Brazil. **International Review of Law, Computers & Technology**, v. 35, n. 3, p. 185–203, 2020. [on-line] Disponível em: https://doi.org/10.1080/13600869.2020.1792035. Acesso em: 30 set. 2026.

KLONICK, K. The new governors: the people, rules, and processes governing online speech. **Harvard Law Review**, v. 131, p. 1598–1670, 2017. [on-line] Disponível em: https://ssrn.com/abstract=2937985. Acesso em: 5 abr. 2025.

LACERDA, M. Precisamos debater mais para termos uma regulação eficiente e equilibrada. **Blog do Google Brasil**, 20 abr. 2023a. [on-line] Disponível em: https://blog.google/intl/pt-br/novidades/iniciativas/MaisDebate2630/. Acesso em: 24 set. 2026.

LACERDA, M. PL das Fake News pode aumentar a confusão sobre o que é verdade ou mentira. **Blog do Google Brasil**, 27 abr. 2023b. [on-line] Disponível em: https://blog.google/intl/pt-br/novidades/iniciativas/pl2630-2/. Acesso em: 24 set. 2026.

MADDOX, J.; MALSON, J. Guidelines without lines, communities without borders: the marketplace of ideas and digital manifest destiny in social media platform policies. **Social Media + Society**, v. 6, n. 2, 2020. [on-line] Disponível em: https://doi.org/10.1177/2056305120926622. Acesso em: 5 abr. 2025.

META. Sobre temas sociais. **Central de Ajuda da Meta para Empresas**, [*s. d.*]. [on-line] Disponível em: https://www.facebook.com/business/help/214754279118974?id=288762101909005. Acesso em: 29 set. 2026.

MIOLARO, E.; PIOVESAN, F. Estatuto Digital da Criança e do Adolescente (Lei 15.211/25): avanços regulatórios e os desafios na proteção dos direitos das crianças e adolescentes. **Revista Contemporânea**, v. 5, n. 12, p. e10022, dez. 2025. [on-line] Disponível em: https://doi.org/10.56083/RCV5N12-122. Acesso em: 23 set. 2026.

MONTEIRO, T. Coordenadora do CGI.br: big techs atrasam regulamentação. **Meio e Mensagem**, 20 ago. 2025. [on-line] Disponível em: https://www.meioemensagem.com.br/midia/lobby-de-big-techs-atrasam-regulamentacao-diz-cgi-br. Acesso em: 13 set. 2026.

MORAN, R. E. *et al.* The end of trust and safety? Examining the future of content moderation and upheavals in professional online safety efforts. *In:* CHI CONFERENCE ON HUMAN FACTORS IN COMPUTING SYSTEMS, 2025, Yokohama. **Anais** [...]. Nova York: Association for Computing Machinery, 2025. p. 1–14. [on-line] Disponível em: https://dl.acm.org/doi/10.1145/3706598.3713662. Acesso em: 4 maio 2025.

NAHON, K. Where there is social media there is politics. *In*: BRUNS, A. *et al.* (Org.). **The Routledge companion to social media and politics**. Nova York: Routledge, 2015. p. 39–55.

NAPOLI, P. **Social media and the public interest**: media regulation in the disinformation age. Nova York: Columbia University Press, 2019.

NETLAB UFRJ. Propaganda eleitoral em 2026: recomendações à resolução nº 23.610/2019 e às novas

ISSN 2175-8689 – v. 29, n. 2, 2026
DOI: 10.29146/eco-ps.v29i2.28689

minutas do Tribunal Superior Eleitoral (TSE). **NetLab – Laboratório de Estudos de Internet e Redes Sociais**, 2026. [on-line] Disponível em: https://netlab.eco.ufrj.br/post/propaganda-eleitoral-em-2026. Acesso em: 24 set. 2026.

NGUYEN, D. M.; LUCK, P. **The new containment doctrine**: how the United States is using trade to stop digital regulation. Center for Strategic and International Studies, 9 mar. 2026. [on-line] Disponível em: https://www.csis.org/analysis/new-containment-doctrine-how-united-states-using-trade-stop-digital-regulation. Acesso em: 13 maio 2026.

PAPAEVANGELOU, C. The existential stakes of platform governance: a critical literature review. **Open Research Europe**, 2021. [on-line] Disponível em: https://doi.org/10.12688/openreseurope.13358.2. Acesso em: 12 maio 2026.

PINHEIRO, L. Liberdade de expressão e a regulamentação da moderação em plataformas online: considerações sobre o Projeto de Lei 2630/2020. **Virtuajus**, v. 19, n. 16, p. 270–282, 2024. [on-line] Disponível em: https://doi.org/10.5752/P.1678-3425.2024v9n16p270-282. Acesso em: 27 set. 2026.

POPIEL, P. The Push to Regulate Digital Markets and Services. **Current History**, v. 122, n. 840, p. 15–21, 2023. [on-line] Disponível em: https://doi.org/10.1525/curh.2023.122.840.15. Acesso em: 27 set. 2026.

PRATES, V. 77,9% dos brasileiros são a favor da regulação das redes sociais. **Correio Braziliense**, 25 abr. 2023. [on-line] Disponível em: https://www.correiobraziliense.com.br/politica/2023/04/5089934-pesquisa-779-dos-brasileiros-sao-a-favor-da-regulacao-das-redes-sociais.html/. Acesso em: 13 maio 2026.

RECUERO, R. Visualidades em disputa: narrativas desinformativas nas plataformas de mídia social. *In*: SIGNATES, L.; BORGES, R. (Org.). **Show das redes**: comunicação, visibilidade e poder de celebridades e subcelebridades na era digital. São Paulo: Cegraf UFG, 2026. p. 13–27.

ROBERTS, S. T. Commercial content moderation: digital laborers' dirty work. *In*: NOBLE, S. U.; TYNES, B. S. (Org.). **The intersectional internet**: race, sex, class and culture online. 1. ed. Nova York: Peter Lang Publishing, Inc, 2016.

ROBERTS, S. T. Digital detritus: "error" and the logic of opacity in social media content moderation. **First Monday**, v. 23, n. 3, 2018. [on-line] Disponível em: https://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/8283. Acesso em: 20 jan. 2025.

ROBERTS, S. T. **Behind the screen**: content moderation in the shadows of social media. New Haven: Yale University Press, 2019.

SANTINI, R. M.; SALLES, D.; MATTOS, B. Recommending instead of taking down: YouTube hyperpartisan content promotion amid the Brazilian general elections. **Policy & Internet**, v. 15, n. 4, p. 512–527, 2023. [on-line] Disponível em: https://doi.org/10.1002/poi3.380. Acesso em: 5 abr. 2025.

SANTINI, R. M. *et al*. **Data not found: transparência de redes sociais para a integridade da informação**. NetLab UFRJ; Minderoo Centre for Technology & Democracy, 2026. [on-line] Disponível em: https://doi.org/10.5281/zenodo.20084860. Acesso em: 29 set. 2026.

SCHULTHEISS, S.; LEWANDOWSKI, D. How users' knowledge of advertisements influences their viewing

ISSN 2175-8689 – v. 29, n. 2, 2026
DOI: 10.29146/eco-ps.v29i2.28689

and selection behavior in search engines. **Journal of the Association for Information Science and Technology**, v. 72, n. 3, 2021. [on-line] Disponível em: https://doi.org/10.1002/asi.24410. Acesso em: 19 set. 2026.

SCOFIELD, L.; VIANA, N. Como foi o lobby das big techs para enterrar o PL das Fake News. **Nexo**, 9 set. 2025. [on-line] Disponível em: https://www.nexojornal.com.br/externo/2025/09/09/big-tech-lobby-pl-das-fake-news. Acesso em: 13 set. 2026.

SIMILARWEB. Similarweb: AI-Powered digital data intelligence solutions. [*S. l.*]: **Similarweb**, [*s. d.*]. [on-line] Disponível em: https://www.similarweb.com/. Acesso em: 29 set. 2026.

STROWEL, A.; DE MEYERE, J. The Digital Services Act: transparency as an efficient tool to curb the spread of disinformation on online platforms? **Journal of Intellectual Property, Information Technology and Electronic Commerce Law**, v. 14, n. 1, p. 66–83, 2023. [on-line] Disponível em: https://www.jipitec.eu/jipitec/article/view/366. Acesso em: 5 maio 2025.

SUPREMO TRIBUNAL FEDERAL. Tema 987 da repercussão geral. **Portal STF**, jun. 2026. [on-line] Disponível em: https://portal.stf.jus.br/jurisprudenciaRepercussao/verAndamentoProcesso.asp?incidente=5160549&numeroProcesso=1037396&classeProcesso=RE&numeroTema=987. Acesso em: 19 set. 2026.

TOMAZ, T. Brazilian fake news bill: strong content moderation accountability but limited hold on platform market power. **Javnost - The Public**, v. 30, n. 2, p. 253–267, maio 2023. [on-line] Disponível em: https://doi.org/10.1080/13183222.2023.2201801. Acesso em: 20 set. 2026.

YATES, L. How platform businesses mobilize their users and allies: Corporate grassroots lobbying and the Airbnb 'movement' for deregulation. **Socio-Economic Review**, v. 21, n. 4, p. 1917–1943, 2023. [on-line] Disponível em: https://doi.org/10.1093/ser/mwad028. Acesso em: 30 set. 2026.

YOUTUBE BRASIL. Como uma legislação apressada pode impactar os criadores do YouTube. **YouTube Official Blog**, 25 abr. 2023. [on-line] Disponível em: https://blog.youtube/intl/pt-br/inside-youtube/pl2630-impacto-criadores-de-conteudo/. Acesso em: 19 set. 2026.

ISSN 2175-8689 – v. 29, n. 2, 2026
DOI: 10.29146/eco-ps.v29i2.28689

Bruno Mattos – Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ)
Mestre em Ciência da Informação e bacharel em Jornalismo, ambos pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). É coordenador de projetos no NetLab (Laboratório de Estudos de Internet e Redes Sociais da UFRJ), onde contribui para pesquisas sobre governança de plataformas, transparência, publicidade nociva e acesso de pesquisadores a dados de plataformas de mídias sociais.
E-mail: bruno.martins@netlab.eco.ufrj.br - ORCID: 0009-0008-0574-7564.

Débora Salles – Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ)
Doutora em Ciência da Informação pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ) e atualmente pesquisadora de pós-doutorado no Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCOM/ECO-UFRJ). É diretora de pesquisa do NetLab (Laboratório de Estudos de Internet e Redes Sociais da UFRJ) e pesquisadora da rede europeia Vox-Pol. Sua experiência de pesquisa está concentrada nos campos da Comunicação e da Informação, com foco em Estudos de Internet e Redes Sociais.
E-mail: debora.salles@netlab.eco.ufrj.br - ORCID: 0000-0002-3436-6698.

Rose Marie Santini – Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ)
Fundadora e diretora do NetLab (Laboratório de Estudos de Internet e Redes Sociais da UFRJ), que articula atividades de pesquisa acadêmica, ensino e divulgação científica sobre desinformação e governança das Big Tech no Brasil e no mundo. É pesquisadora do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), Cientista do Nosso Estado pela Faperj, pesquisadora da rede europeia Vox-Pol, membro do International Observatory on Information and Democracy, pesquisadora-membro do Comitê Científico do IPIE (International Panel on the Information Environment) e uma das cinco especialistas que integram o conselho consultivo do Nobel Prize Summit sobre desinformação.
E-mail: marie.santini@eco.ufrj.br - ORCID: 0000-0003-0657-7217.

ISSN 2175-8689 – v. 29, n. 2, 2026
DOI: 10.29146/eco-ps.v29i2.28689