VIII CONGRESSO DA FEPODI

DIREITO E NOVAS TECNOLOGIAS

A532
Anais do VIII Congresso Nacional da FEPODI [Recurso eletrônico on-line] organização VIII Congresso Nacional da FEPODI – São Paulo;

Coordenadores: Sinara Lacerda Andrade Caloche, Abner da Silva Jaques e Welington Oliveira de Souza dos Anjos Costa – São Paulo, 2021.

Inclui bibliografia
ISBN: 978-65-5648-262-0
Modo de acesso: www.conpedi.org.br
Tema: Universalização do conhecimento e democratização da pesquisa

1. Pós-graduação. 2. Pesquisa. 3. Universidade. 4. Universalização do Conhecimento. 5. Democratização do Conhecimento. I. VIII Congresso Nacional da FEPODI (1:2021 : São Paulo, SP).

CDU: 34

VIII CONGRESSO DA FEPODI

DIREITO E NOVAS TECNOLOGIAS

Apresentação

A Federação Nacional de Pós-Graduandos em Direito (FEPODI) realizou, nos dias 18 e 19 de março de 2021, o VIII Congresso Nacional da FEPODI, de maneira virtual, em que os eixos temáticos da edição foram a "universalização do conhecimento" e a "democratização da pesquisa", justamente para corroborar o compromisso institucional em promover a integração ensino-pesquisa-extensão entre os corpos discente e docente da Graduação e Pós-Graduação.

Para a realização do evento, contamos com o essencial apoio do Conselho Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Direito (CONPEDI), da Associação Nacional dos Pós-Graduandos (ANPG), da Universidade de Marília (UNIMAR), do Centro Universitário Curitiba (UNICURITIBA), da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS) e da Universidade Presbiteriana Mackenzie.

Mais uma vez a abrangência de nosso trabalho alcançou as cinco regiões brasileiras, recebendo participantes vinculados a Instituições de Ensino Superior de 22 estados, dentre eles graduandos, graduados, especializandos, especialistas, mestrandos, mestres, doutorandos e doutores, todos empenhados na missão de contribuir com o rumo da pesquisa no direito. O interesse de nossos alunos mostra à comunidade acadêmica que a pesquisa é capaz de criar espaços comuns para o diálogo, para a reflexão e para o intercâmbio de experiências.

Fruto de um trabalho coletivo, na oitava edição do evento, após o processo de submissão dos trabalhos e suas respectivas duplas avaliações às cegas, foram aprovados 163 resumos expandidos para apresentação, distribuídos em 15 Grupos de Trabalhos, que buscaram contemplar as mais variadas áreas do direito.

Sempre acreditamos que o formato utilizado para a apresentação dos trabalhos (resumos expandidos) auxilia consideravelmente o desenvolvimento acadêmico, ao passo que permite ao pesquisador apresentar as ideias iniciais sobre um determinado tema e melhor desenvolvê-las a partir das contribuições que são concedidas, nos Grupos de Trabalho, por docentes ligados a renomadas Instituições de Ensino Superior do país, os quais indicam sempre bons caminhos para o aperfeiçoamento da pesquisa.

Os Anais que ora apresentamos já podem ser considerados essenciais no rol de publicações dos eventos científicos, pois além de registrar conhecimentos que passarão a nortear novos estudos em âmbito nacional e internacional, revelam avanços significativos em muitos dos temas centrais que são objeto de estudos na área jurídica e afins.

Assim, com esse grande propósito, apresentamos uma parcela do que representa a grandiosidade do evento científico, como se fosse um retrato de um momento histórico, com a capacidade de transmitir uma parcela de conhecimento, com objetivo de propiciar a consulta e auxiliar no desenvolvimento de novos trabalhos, tudo com vistas a ampliar o acesso ao conhecimento e a democratizar a pesquisa no Brasil.

Esperamos que todos possam aproveitar a leitura.

Sinara Lacerda Andrade Caloche

Presidente da FEPODI

Welington Oliveira de Souza dos Anjos Costa

Vice-presidente da FEPODI

Abner da Silva Jaques

Tesoureiro da FEPODI

POLÍTICA DE TERMOS DE USO DO FACEBOOK: ALIADA OU INIMIGA DA LIBERDADE DE EXPRESSÃO?

FACEBOOK TERMS OF USE POLICY: ALLY OR ENEMY OF FREEDOM OF EXPRESSION?

Lucas Medeiros Minatel [1]
Francieli Puntel Raminelli [2]

Resumo

Com a maior interação entre pessoas de diversos locais e culturas, ocorreram o surgimento das notícias falsas e o discurso de ódio, que levou o Facebook a restringir publicações e contas de seus usuários. Busca-se entender qual a relação entre essas restrições e a limitação da liberdade de expressão, por meio da análise do monopólio da rede social com o estudo da política de termos de uso do Facebook. O presente resumo objetiva, utilizando-se do método de abordagem dedutivo, com método de procedimento de estudo de caso e técnica de pesquisa bibliográfica, responder a seguinte questão: a restrição de publicações e contas por parte das empresas do Facebook é uma limitação a liberdade de expressão? Conclui-se ser necessário a atuação do Estado para regular o tema, além da cobrança de maior transparência da plataforma e o estudo de formas para mitigar seu monopólio.

Palavras-chave: Facebook, Liberdade de expressão, Política de termos de uso

Abstract/Resumen/Résumé

With the greater interaction between people from different places and cultures, occurred the appearance of fake news and the hate speech, who took Facebook to restrict it´s users' publications and accounts. It seeks to understand the relationship between these restrictions and the limitation of freedom of expression, through the analysis of the monopoly of the social network with the study of facebook´s terms of use policy. This present abstract objective, using the deductive approach method, with case study procedure method and bibliographic research technique, answer the following question: the restriction of publications and accounts by Facebook companies is a limitation to freedom of expression? It´s concluded that´s necessary acting government to regulate the theme, in addition to the collection of greater transparency of the platform and the study of ways to mitigate its monopoly.

Keywords/Palabras-claves/Mots-clés: Facebook, Freedom of expression, Terms of use policy

---

[1] Graduando em direito pela Instituição Toledo de Ensino Bauru

[2] Orientadora. Doutora em Direito pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul e pela Universidade de Sevilla (Espanha).

INTRODUÇÃO

A sociedade no começo do século XXI tinha como principal fonte de informação as emissoras de televisão, nas quais as notícias eram transmitidas por meio de um apresentador(a) ao seu público-alvo. Passadas duas décadas, o cenário já tem uma grande mudança com o protagonismo das redes sociais alterando o modo como as pessoas veem notícias e se comunicam, possibilitando uma maior interação entre elas. Mas, isso também permitiu o surgimento de eventos negativos, como as notícias falsas (*fake news*) e o discurso de ódio, impactando a vida de toda sociedade.

Com a grande quantidade de usuários de diferentes perfis se comunicando em uma velocidade recorde, as notícias e opiniões sobre determinados assuntos passaram a ser comentadas e compartilhadas por pessoas comuns que muitas vezes não fazem um filtro sobre a veracidade dos conteúdos divulgados, surgindo os eventos apontados anteriormente. E, assim, as plataformas de tecnologia, e como foco principal o Facebook e suas empresas afiliadas, passaram a interferir em publicações e contas de seus usuários a fim de combatê-las.

Busca-se entender como se dá essa interferência da plataforma sobre as publicações e contas de seu usuários, por meio da análise da política de termos de uso do Facebook sobre notícias falsas e discurso de ódio e como a situação econômica, por meio de seu poderio financeiro, e as influências que recaem sob a rede social interferem em seu posicionamento contra esses problemas. Diante do cenário exposto, o presente resumo tem como objetivo responder: a restrição de publicações e contas por parte das empresas do Facebook é uma limitação a liberdade de expressão?

Para desenvolver o presente estudo, foi utilizado o método de abordagem dedutivo para averiguar a importância das redes sociais na vida cotidiana e a lógica de mercado do Facebook e, em um segundo momento, examinar a relação entre a política de termos de uso da plataforma e a interferência nas publicações e contas. Como método de procedimento foi utilizado o estudo de caso, com a análise da suspensão de contas de deputados do PSL, contas do WhatsApp de Deputados do PT e casos de discurso de ódio. Para observação da política de termos de uso do Facebook foi utilizado a técnica de pesquisa bibliográfica para entender os conceitos e permissões da rede social.

O FACEBOOK COMO UMA EMPRESA MONOPOLISTA E SUA INFLUÊNCIA NA SOCIEDADE

Com o avanço da tecnologia e das mudanças constantes da população, os meios de comunicação também evoluíram muito ao longo dos anos, com destaque para as emissoras de TV e as redes sociais que trouxeram grandes mudanças para a sociedade. No começo do século XXI, as emissoras foram os principais grupos de comunicação e econômicos a pautarem os debates públicos e trazerem informações para a população, sendo denominada por Octavio Ianni de Príncipe Eletrônico (IANNI, 2003).

Ele pode ser definido como intelectual coletivo e orgânico, que se materializa principalmente na televisão, sendo influenciado pelas ideias dos grandes grupos econômicos e políticos, contando com a participação de grupos alternativos e da sociedade (BITTENCOURT, 2016, p. 113).

A televisão pode ser considerada como a primeira grande formadora de opinião da sociedade, pautando costumes, hábitos e principalmente os problemas e as pautas sociais da população. As emissoras não são homogêneas, tanto em nível nacional, quanto mundial, sendo marcadas por uma evidente competição entre os meios de massa, com frequentes fatos, relatos e interpretações diferentes, marcando uma pluralidade e democratização da mídia (IANNI, 2003, p. 148).

Mas, com o passar dos anos, principalmente nessa segunda década do século XXI, a televisão tem perdido espaço para as redes sociais, com uma intensa disputa por um novo recurso, sendo que, segundo o The Economist: "O recurso mais valioso do mundo não é mais o petróleo, mas dados" (THE ECONOMIST, 2017, tradução nossa). E, a partir disso, ocorre o surgimento do Príncipe Digital, da autora acima citada, para definir o protagonismo das Big Techs que são grandes empresas de tecnologia, responsáveis pela nova forma de como as pessoas pesquisam informações, comunicam-se uma com as outras, hábitos de consumos, etc.

Destaca-se nesse segmento a rede social Facebook, que surgiu no ano de 2004, com o intuito de conectar estudantes de Harvard e tem hoje aproximadamente 2,7 bilhões de usuários no mundo (RESULTADOS DIGITAIS, 2021). Objetivo dessa Big Tech é de conectar pessoas ao redor do mundo com a criação de perfis, onde as pessoas possam colocar informações pessoais e postar conteúdos sobre suas vidas. Por meio deles é possível postar conteúdos em texto, imagens ou vídeos mantendo relacionamentos de amizades e participando de grupos de interesse, surgindo assim o Feed de Notícias e páginas de conteúdo (BITTENCOURT, 2016, p. 186).

Com isso, percebe-se que as redes sociais têm ganhado destaque como o novo centro de debates de ideias entre a população. Mesmo que grande parte das notícias ainda venham das emissoras de TV, cada vez mais elas vão pautar os principais centros de discussões do dia a dia.

Uma grande diferença entre elas, é que, enquanto a televisão tem como foco a emissão de notícias por um(a) apresentador(a) com uma pauta já estabelecida, nas redes sociais não são propriamente as plataformas que fazem/criam as notícias, mas pessoas comuns que acabam ganhando destaque por comentar pautas do cotidiano, sendo chamadas de líderes de opinião, como explicado:

> É nesse contexto que se encaixam os Líderes de Opinião, pessoas comuns ou comunicadores profissionais que, através da postagem de informações na internet, se tornam influenciadores no processo de tomada de decisão. Esses, à medida que seus conteúdos vão sendo distribuídos, ganham seguidores e assumem a posição de líderes. E, assim, levantam discussões sobre assuntos públicos em um espaço público – a internet – e começam aí um processo de formação de opiniões (BITTENCOURT, 2016, p. 164).

A partir disso, o Facebook percebeu que poderia explorar economicamente com as publicações que aparecem na tela de seus usuários, colocando posts de grandes empresas na forma de anúncios que são visualizados por bilhões de pessoas que consomem informações e postagens de amigos. Com o crescimento da empresa, isso possibilitou que ela pudesse comprar empresas de outros segmentos e até rivais, aumentando seu portfólio e tornando-se um verdadeiro monopólio nessa área, sendo que das 5 redes sociais mais usadas no Brasil, 4 pertencem ao grupo dela, sendo elas: em 1º lugar o Facebook, com 130 milhões de usuários no Brasil, 2º WhatsApp, 4º Instagram e por último o Facebook Messenger (RESULTADOS DIGITAIS, 2021).

Esse monopólio por parte do grupo do Facebook criou distorções no mercado, impedindo que outras empresas conseguissem se destacar, devido à grande concentração de mercado da empresa, com uma grande gama de usuários que focam apenas no uso dos aplicativos da plataforma e pela prática de comprar seus rivais quando eles alcançavam certa relevância. Isso resultou em diversos processos por parte da Comissão Federal de Comércio (FTC, na sigla em inglês), na qual o Facebook é acusado de manter seu domínio nas redes sociais por meio de uma conduta anticompetitiva praticada há muitos anos que resultou em "lucros exorbitantes" por meio da compra de seus rivais em ascensão Instagram e WhatsApp (G1, 2020).

Interessa, para o presente estudo, fazer uma análise dos termos de uso do Facebook, para entender a relação com a exclusão e restrição de publicações na plataforma e a liberdade de expressão. Este é o objetivo do tópico que segue.

POLÍTICA DE TERMOS DE USO POUCO CLARA E A RESTRIÇÃO DE PUBLICAÇÕES

Com o avanço das redes sociais, ocorreram profundas mudanças nos hábitos da população mundial, principalmente no Brasil, na qual os habitantes passaram a consumir mais informações pelos meios digitais. Estima-se que 64% das pessoas que têm acesso à internet se informam por meio dela, sendo os aplicativos mais usados: o Facebook e o WhatsApp, que estão empatados tecnicamente (MEIOEMENSAGEM, 2019).

O maior uso das redes sociais pela população acaba levando a uma crescente onda de notícias falsas (*fake news*), discurso de ódio e violações a política de uso do Facebook, já que a emissão é feita por pessoas comuns, chamadas de líderes de opinião, como apontado anteriormente e isso acaba exigindo uma maior intervenção do Facebook nas publicações de seus usuários, como aponta Silveira:

> Redes sociais, como o Facebook, são híbridas. Elas são comandadas pelos interesses de seus donos, mas nelas estão ocorrendo as conversas que formam a opinião pública. O Facebook é uma rede privada, transnacional, de origem norte-americana, mas que possui a maior parte dos cidadãos conectados de outros países debatendo seu cotidiano e suas relações de poder, conformando um espaço tipicamente público (SILVEIRA, 2015, p. 1647).

Essa maior interferência da plataforma gerou muita discussão e críticas de especialistas, principalmente pelo Facebook não ser muito transparente em suas políticas. Isso aconteceu no caso da suspensão de contas de deputados do Partido Social Liberal (PSL), pela acusação de espalhar notícias falsas, que segundo eles eram conteúdos publicados "sobre notícias e eventos locais, incluindo política e eleições, memes políticos, críticas à oposição política, organizações de mídia e jornalistas, e mais recentemente sobre a pandemia do coronavírus" (BBC, 2020a).

A maneira como o Facebook agiu no caso, ao suspender os perfis com base no argumento de serem supostamente notícias falsas, gera questionamentos, pelo fato de não haver uma definição do que seria algo falso e poderia ser apenas uma opinião contrária a determinado assunto, sendo que nem mesmo a plataforma em sua legislação de padrões da comunidade, capítulo IV- Integridade e Autenticidade, seção de notícias falsas, sabe a diferença.

É o que se observa no trecho a seguir: "Existe uma linha tênue entre notícias falsas e sátiras ou opiniões. Por esse motivo, não removemos notícias falsas do Facebook, mas, em vez disso, reduzimos significativamente sua distribuição, mostrando-as mais abaixo no Feed de Notícias" (FACEBOOK, 2021a). O que seria essa linha tênue? A plataforma não indica o que

teria que ser feito para ultrapassá-la, marcando uma posição pouco clara e as regras variam conforme os interesses da empresa.

O Facebook é um jardim murado, que dentro de seus limites, as regras de conduta e de liberdade política valem até o momento em que não contrariem interesses comerciais, alianças estratégicas e determinações do departamento de Estado norte-americano (SILVEIRA, 2015, p. 1647).

Outro caso que chamou atenção foi o desativamento de 9 contas do aplicativo WhatsApp do Partido dos Trabalhadores, por um suposto envio automatizado de mensagens políticas contendo notícias falsas para seus filiados. Segundo nota do partido: "É importante sabermos do que estão nos acusando. Até agora, Facebook e WhatsApp não mandaram" (UOL, 2020). Ou seja, o Facebook e sua empresa afiliada apenas emitiram uma notificação de desativamento das contas, mas sem detalhar o que supostamente teria ocorrido, sendo uma grave violação aos princípios constitucionais da ampla defesa e do contraditório, assegurados no art. 5, LV, CF (BRASIL, 1988).

Nessa mesma linha, o Facebook mantem uma regulação de que, em casos graves de violação a sua plataforma, ele se reserva ao direito de não notificar a suspensão da conta, conforme sua diretriz: "Em alguns casos, não enviamos um aviso antes de desativar a conta. Não restauramos contas que foram desativadas por violações graves dos Padrões da Comunidade do Facebook" (FACEBOOK, 2021b).

Essas distorções têm sido criadas em face da ausência do legislador em criar normas para se dar um parâmetro de atuação as Big Techs, que diante da omissão, acabam criando uma legislação genérica e pouca clara de combate a notícias falsas, restrições de publicações, disseminação de discurso de ódio, etc. Nesse mesmo sentido, afirmam Marinho e Souza: "A existência de fontes normativas diversas daquelas originadas via processo estatal caracteriza o cenário no qual o Facebook tem ditado as regras sobre o exercício da liberdade de expressão em sua plataforma" (MARINHO; SOUZA, 2018, p. 542).

Em relação ao discurso de ódio, uma pesquisa feita por Maria Marinho e Stella Souza acerca do assunto constatou que há sérios problemas em como o Facebook combate essas publicações, sendo o primeiro a maneira sobre a definição do que seria discurso de ódio:

> Nossa definição atual de discurso de ódio é qualquer coisa que ataca diretamente as pessoas com base no que são conhecidas como suas "características protegidas" - raça, etnia, nacionalidade, afiliação religiosa, orientação sexual, sexo, gênero, identidade de gênero ou deficiência ou doença grave (FACEBOOK, 2017, tradução nossa).

Destaca-se que é uma definição muita ampla, e difícil de ser combatida, pois como abrange vários termos, os reguladores do Facebook não tem como fiscalizar tantos posts com diferentes contextos. Devido a grande quantidade de postagens denunciadas, nem sempre é possível realizar o efetivo controle de textos e intenções dos autores, permitindo aos sujeitos utilizarem-se das regras do Facebook para transgredi-las (MARINHO; SOUZA, 2018, p. 539). Foi constatado que muitas vezes os posts censurados eram apenas pessoas debatendo sobre o assunto, letras de músicas, em que não foi analisado o sentido e o contexto que elas foram empregadas na qual provavelmente foi a Inteligência Artificial (IA) do Facebook agindo, como assim demonstrado:

> O exame é, portanto, feito por softwares, única maneira de se viabilizar o controle com a velocidade e escala necessárias. Tais softwares utilizam palavras-chave e expressões pré-determinadas como referência para definição se as palavras postadas violam ou não a política de não propagação de discurso de ódio em suas plataformas (MARINHO; SOUZA, 2018, p. 537).

A interferência na plataforma, também pode se dar por outros fatores, que serão divididos nessa pesquisa por influência interna e influência externa. Esta segunda influência está ligada a como o Facebook age, quando é pressionado por pessoas que não estão dentro da empresa, como os seus patrocinadores e governos de diversos países.

Como o Facebook não cobra nada pelo usos de seus aplicativos, a imensa maioria de seus ganhos vem por publicidade de patrocinadores, que no ano de 2020 lançaram uma campanha contra o discurso de ódio, chamada de Stop Hate for Profit (pare de odiar por lucro), que visava pressionar a plataforma por medidas mais concretas ao combate de conteúdos racistas, violentos e falsos, que são disseminados em sua rede (BBC, 2020b).

Isso mostra que o Facebook tem agido por pressão de seus patrocinadores em mostrar medidas de suspensões a grupos e sites que são acusados de supostamente terem cometidos essas infrações e como a plataforma pode ser vulnerável a tomar medidas por parte de grupos econômicos.

Essa pressão também vem por meio de governos de diversos países que cobram maior atuação da rede no combate a notícias falsas e discurso de ódio, como a ordem do Governo da Tailândia de que o Facebook tirasse do ar 200 páginas que criticavam a família real local, na qual existe uma lei que proíbe críticas a realeza (O GLOBO, 2017). Neste último caso, não cabe a plataforma discordar das medidas, pois pode haver sanções, e mostra como a liberdade de expressão não é igual em alguns países.

Em relação a influência interna, tem relação com a forma como as pessoas que trabalham dentro do Facebook agem em relação a restrição de publicações ou como a Inteligência Artificial (IA) é programada para censurar notícias falsas, discurso de ódio, etc. Em 2017, o vice-presidente de políticas públicas Richard Allan, disse que acrescentaria na equipe de monitoramento de discurso de ódio, 3000 mil pessoas a equipe de 4500 já existente, a fim de responder as pressões pela demanda de publicações relatadas (FACEBOOK, 2017).

A plataforma não mostra detalhes de como são escolhidas essas pessoas, abrindo margem para questionamentos sobre perseguição a determinadas ideologias. O Facebook não se manifesta sobre que tipo de formação possuem esses censores e nem quais são as medidas tomadas para a análise dos reports não serem enviesadas por ideologias ou visões étnico-culturais desses indivíduos (MARINHO; SOUZA, 2018, p. 544).

Esse poder que a plataforma tem concentrado nos últimos anos, se dá pela inércia dos Governos, que assumiram uma posição de meros expectadores, não tomando para si o centro de discussões do debate sobre os limites que as pessoas devem ter ao usar a internet, abrindo espaço para uma legislação pouco clara e genérica, na qual os Estados têm perdido poder para a rede, chamado de fragmentação do direito, conforme ensinam Souza e Marinho:

> Este pode ser entendido como o resultado do processo de globalização, do aumento do poder das empresas multinacionais, do enfraquecimento do Estado como único produtor de fontes normativas e da necessidade de um ambiente que se garanta um grau mínimo de harmonização normativa para viabilização das relações comerciais (MARINHO; SOUZA, 2018, p. 542).

A liberdade de expressão que é considerada um direito constitucional e inalienável, pode vir a sofrer restrições quando comprovadamente for detectada a circulação de notícias falsas e discurso de ódio, mas com a devida atenção para evitar que as empresas do Facebook se utilizem indevidamente das restrições para censurar publicações. Visto que no Brasil esse direito é assegurado na Constituição Federal, art. 5, inciso IV, que diz: “é livre a manifestação do pensamento, sendo vedado o anonimato” (BRASIL, 1988).

Além disso, o Brasil se comprometeu com o Pacto Internacional sobre Direitos Civis e Políticos que garante o direito à liberdade de expressão. Em seu art. 19, seção 2, consta:

> 2. Toda pessoa terá direito à liberdade de expressão; esse direito incluirá a liberdade de procurar, receber e difundir informações e ideias de qualquer natureza, independentemente de considerações de fronteiras, verbalmente ou por escrito, em forma impressa ou artística, ou por qualquer outro meio de sua escolha (BRASIL, 1992).

Assim, deve-se ater ao fato de que a rede social do Facebook, que envolve milhões de usuários no Brasil, possui uma demanda imensa por posicionamentos de combates a notícias falsas, discurso de ódio, que devem ser enfrentados pela plataforma, mas com transparência e responsabilidade para com as pessoas, a fim de que esse direito não seja banalizado.

CONCLUSÃO

O uso das redes sociais, principalmente o Facebook e suas empresas afiliadas, transformaram o jeito da população de se comunicar, receber mensagens, interagir com os amigos, trazendo muitos benefícios para a sociedade. Mas, com o aumento da interação entre pessoas de diversos locais e diferentes realidades, surgiram fenômenos negativos como as *fake news* e o discurso de ódio que causam grandes impactos nas vidas das pessoas, obrigando o Facebook a interferir nas publicações e contas de seus usuários.

Com isso, iniciou-se um debate sobre a relação dessas interferências e a restrição da liberdade de expressão dos usuários da plataforma, que deve ser observada sob os seguintes pontos: monopólio da rede social, política de termos de uso pouco clara e as influências internas e externas que ocorrem nela.

O Facebook é uma das maiores redes sociais do mundo, e no Brasil, das 5 redes mais usadas, 4 pertencem ao grupo dela**,** tornando-a um verdadeiro monopólio nessa área. Isso possibilita a plataforma a ter um incrível poder econômico para comprar e impedir seus concorrentes de crescerem e se estabelecerem no mercado, limitando a pluralidade de aplicativos. Também impede que a população tenha acesso a outras redes sociais de qualidade que não sejam do grupo do Facebook, gerando um certo "comodismo" na sociedade, que na falta de opções e precisando usar seus aplicativos, aceita as regras da plataforma.

Com o surgimento das notícias falsas, discurso de ódio e outros efeitos que interferem negativamente na vida da população, o Facebook precisou agir para combatê-las, tendo que criar termos e definições para estabelecer um parâmetro de atuação de seus reguladores e da Inteligência Artificial, em face da ausência dos legisladores em criar normas sobre o assunto. Essa legislação própria da plataforma permitiu que vários abusos pudessem ser cometidos, com uma política de termos de uso pouco clara, com expressões muito amplas, cláusulas arbitrárias, como por exemplo, de não precisar notificar a suspensão da conta em caso de violação grave a política da plataforma e não esclarecer aos seus usuários motivos de uma sanção sofrida. Aliado ao monopólio do Facebook, a pessoa não tem como deixar de usar a plataforma, pois ela concentra grande parte do mercado das redes sociais.

Em relação as influências, tanto a interna como a externa demonstram que a rede social pode vir a sofrer interferências políticas e econômicas de governos e patrocinadores, censurando publicações e contas da população, por motivos de ordens estatais, a qual não se cabe discussão pela plataforma ou por alianças comerciais e estratégicas para atender os interesses de seus patrocinadores. No que diz respeito aos reguladores e a atuação da Inteligência Artificial para a restrição das publicações, há uma evidente falta de transparência do Facebook em indicar como são escolhidos essas pessoas e como os dois pautam-se no combate a esses problemas, gerando críticas por censurarem publicações e contas por razões ideológicas.

No que concerne ao problema analisado, constata-se que a restrição de publicações e contas por partes das empresas do Facebook são uma limitação ao direito da liberdade de expressão, em decorrência das políticas atuais da plataforma, na qual não há transparência de como essas restrições ocorrem, afetando até mesmo outros direitos inalienáveis como o contraditório e a ampla defesa. Por maior que seja a necessidade de combate a notícias falsas, discurso de ódio e outros eventos negativos, a maneira pelo qual o Facebook tem lidado com esses problemas pode levar no futuro a uma banalização desse direito fundamental.

Portanto, visto a relevância social do tema, que atinge milhões de usuários de redes sociais no Brasil e no mundo, é necessário a atuação do Estado para se criar normas para regular o tema, não deixando apenas nas mãos do Facebook. É necessária uma maior transparência da plataforma de como ocorrem as suspensões e uma política de recursos que permita o contraditório. É o estudo de sanções a plataforma pelo monopólio criado, como por exemplo, a análise de uma proibição de compra de aplicativos rivais.

REFERÊNCIAS

BBC. **O que se sabe sobre a derrubada de páginas ligadas a bolsonaristas no Facebook**. 8 jul. 2020a. Disponível em: https://www.bbc.com/portuguese/brasil-53343107. Acesso em: 25 jan. 2021.

BBC. **Por que grandes empresas decidiram boicotar o Facebook.** 24 jun. 2020b Disponível em: https://www.bbc.com/portuguese/geral-53173005. Acesso em: 28 jan. 2021.

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil de 5 de outubro de 1988**. Dispo nível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm . Acesso em: 26 jan. 2021.

BRASIL. **Decreto n. 592**, de 06 de julho de 1992**.** Atos Internacionais. Pacto Internacional sobre Direitos Civis e Políticos. Promulgação. Disponível em:

http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/1990-1994/d0592.htm. Acesso em: 18 jan. 2021.

BITTENCOURT, Maíra Carneiro. **O Príncipe Digital:** Estruturas de poder, liderança e hegemonia nas redes sociais. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) – Programa de Pós-Graduação da Universidade de São Paulo. São Paulo. p. 113-186, 2016. Disponível em: https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27153/tde-14092016-112629/publico/MAIRACARNEIROBITTENCOURTMAIA.pdf. Acesso em: 16 jan. 2021.

FACEBOOK. **Hard questions:** hate speech. Newsroom, 27 jun. 2017. Disponível em: https://about.fb.com/news/2017/06/hard-questions-hate-speech/. Acesso em: 27 jan. 2021.

FACEBOOK. **Padrões da Comunidade**. 2021a. Disponível em: https://pt-br.facebook.com/communitystandards/false_news. Acesso em: 21 jan. 2021.

FACEBOOK. **Minha conta pessoal do Facebook foi desativada**. 2021b. Disponível em: https://pt-br.facebook.com/help/www/103873106370583. Acesso em: 21 jan. 2021.

G1. **Facebook é alvo de processos nos EUA por monopólio nas redes sociais**. 09 dez. 2020. Disponível em: https://g1.globo.com/economia/tecnologia/noticia/2020/12/09/facebook-e-alvo-de-acao-antitruste-nos-estados-unidos-diz-agencia.ghtml. Acesso em: 15 jan. 2021.

IANNI, Octavio. **Enigmas da modernidade-mundo**. 3ª edição. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.

MARINHO, Maria Edelvacy Pinto; SOUZA, Stella Regina Coeli de. Discurso de ódio pelo facebook**:** transparência e procedimentos de contenção. **Espaço jurídico journal of law**. v. 19- 2018. Disponível em: https://portalperiodicos.unoesc.edu.br/espacojuridico/article/view/16496/pdf. Acesso em: 18 jan. 2021.

MEIOEMENSAGEM. **Brasileiro se informa pelo Facebook e WhatsApp**. Disponível em: https://www.meioemensagem.com.br/home/opiniao/2019/06/12/brasileiro-se-informa-pelo-facebook-e-whatsapp.html. Acesso em: 25 jan. 2021.

O GLOBO. **Facebook retira do ar páginas que difamavam monarquia da Tailândia**. Disponível em: https://oglobo.globo.com/mundo/facebook-retira-do-ar-paginas-que-difamavam-monarquia-da-tailandia-21346334. Acesso em: 28 jan. 2021.

RESULTADOSDIGITAIS. **Ranking das redes sociais 2020:** as mais usadas no Brasil e no mundo. Disponível em: https://resultadosdigitais.com.br/blog/redes-sociais-mais-usadas-no-brasil/. Acesso em: 18 jan. 2021.

SILVEIRA, Sergio Amadeu da. **Interações públicas, censura privada:** o caso do Facebook. Hist. cienc. saúde-Manguinhos , Rio de Janeiro, v. 22, supl. p. 1647, dezembro de 2015. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-59702015001001637&lng=en&nrm=iso . Acesso em: 19 de jan. de 2021.

THE ECONOMIST**. O recurso mais valioso do mundo não é mais petróleo, mas dados.** Disponível em: https://www.economist.com/leaders/2017/05/06/the-worlds-most-valuable-resource-is-no-longer-oil-but-data. Acesso em: 19 jan. 2021.