

Relações Governamentais e o Interesse Público: Estratégias de Lobby na tramitação do PL das *Fake News*¹

Faculdade Cásper Líbero

¹ Trabalho apresentado ao Espaço Graduação, atividade integrante do XIX Congresso Brasileiro Científico de Comunicação Organizacional e Relações Públicas.

Resumo

O ponto principal desta monografia foi refletir sobre a atuação das relações governamentais diante de temas de interesse público, como a desinformação. Para isso, o estudo combina análises empíricas sobre a tramitação do PL 2630/2020 com uma fundamentação teórica sobre Opinião Pública e Deliberação na era digital.

A partir de um estudo de caso que abrange levantamento de dados, análise de conteúdo e duas análises discursivas, examinei o poder de um cidadão comum – como você e eu – na vida política. O poder que emana do povo através do processo democrático foi essencial para impulsionar a tramitação do PL das fake news. Neste trabalho, você encontrará uma discussão sobre as problemáticas, percepções e desafios da opinião pública frente ao debate em torno do projeto de lei.

Palavras-chave

Lobby; Relações Governamentais; PL das Fake News; Fake News; Desinformação;

Corpo do trabalho

O avanço tecnológico tem intensificado debates importantes no nosso cotidiano. Questões como a manipulação de dados, a automação do trabalho e o papel das plataformas digitais na circulação de informação mostram que os impactos dessas transformações não se limitam à tecnologia em si, mas alcançam a política, a sociedade e os direitos civis. Em março de 2020, o PL 2630/2020 foi apresentado no Senado com a proposta de combater a desinformação nas redes sociais e serviços de mensagens privadas. O projeto rapidamente ganhou destaque e se tornou um dos mais relevantes entre os que buscavam regulamentar o ambiente digital, especialmente por ter avançado etapas importantes no processo legislativo. Com o tempo, o PL passou a ser visto por parte da opinião pública como um instrumento de censura, alimentando disputas narrativas que colocaram em xeque o real objetivo da proposta: combater as fake news. Diante desse cenário, meu trabalho se propõe a analisar as estratégias de relações governamentais e lobby que permitiram que os interesses privados prevalecessem sobre o interesse público durante a tramitação do PL 2630/2020.

A pesquisa parte do princípio de que o lobby, quando bem estruturado, é capaz de influenciar a construção da narrativa pública, dificultando o avanço de políticas que visam proteger o espaço democrático. Empresas como Google e Meta atuaram diretamente para barrar o projeto, usando como principal ferramenta a opinião pública. Por isso, este trabalho busca entender como essas estratégias foram organizadas e por que funcionaram tão bem. Os objetivos específicos envolvem mapear a atuação das empresas na formação da opinião pública, refletir sobre o impacto da ambiência digital na deliberação democrática, compreender os termos e interesses envolvidos no PL, analisar o uso da opinião pública como instrumento de pressão política e investigar como as narrativas das big techs contribuíram para o arquivamento do projeto.

Para alcançar esses objetivos, a metodologia adotada parte de uma revisão teórica com conceitos essenciais como desinformação, deliberação democrática e relações governamentais. Essa fundamentação ajuda a entender o ambiente simbólico e político em que o PL foi debatido. Na parte empírica, o estudo de caso “A Batalha da Desinformação” estrutura a análise. Por meio do levantamento de dados secundários, construí uma linha do tempo da tramitação do PL 2630/2020, com os principais marcos e os atores envolvidos. Em seguida, utilizei uma análise de conteúdo para mapear os argumentos favoráveis e contrários ao projeto, e duas abordagens complementares de análise de discurso — a crítica e a bakhtiniana — para identificar sentidos implícitos, silêncios estratégicos e a disputa de valores presente nas campanhas das big techs.

No primeiro capítulo, exploro como a deliberação democrática foi transformada pela ambiência digital, com a opinião pública se tornando um espaço de disputa simbólica altamente influenciado por algoritmos, discursos polarizados e estratégias de comunicação política. A partir de autores como Habermas, Lippmann e Aron, analiso o papel do cidadão-ator no ambiente online e como esse novo lugar de fala tem sido manipulado por interesses organizacionais. Em seguida, aprofundo a discussão sobre desinformação e pós-verdade, com base em autores como Allcott & Gentzkow e Wardle & Derakhshan. O cenário brasileiro, segundo a AVAAZ, é um dos mais afetados por fake news no mundo, e isso reforça a importância de compreender os mecanismos de propagação de incertezas e distorções no debate público.

Fecho a base teórica com o campo das Relações Governamentais, abordando suas ferramentas e limites éticos. Com base em Galan, Mancuso & Gozetto, Kunsch e Patri, contextualizo como estratégias como o advocacy, o mapeamento de pautas e o uso de think tanks têm sido usados para influenciar políticas públicas, muitas vezes apelando para a opinião pública como ferramenta indireta de pressão. A atuação das big techs durante a tramitação do PL 2630/2020 exemplifica bem essa dinâmica: campanhas aparentemente neutras, mas com interesses bem definidos, mobilizaram a sociedade contra uma proposta de regulação. Ao analisar esses discursos com profundidade, fica evidente que o lobby digital hoje não atua apenas nos bastidores do poder, mas disputa diretamente os sentidos e as percepções da população.

Os resultados da análise mostram com clareza como as big techs conseguiram virar o jogo da opinião pública sobre o PL 2630/2020. O que começou como uma proposta de combate à desinformação virou, aos olhos de muitos, uma ameaça à liberdade de expressão. E isso não foi por acaso. Com campanhas bem estruturadas, linguagem acessível e uma narrativa estratégica, empresas como o Google tiraram o foco da discussão central — a responsabilidade das plataformas — e colocaram o projeto como vilão. A mudança de percepção não se deu por debate técnico, mas por uma disputa de narrativa travada em larga escala, com forte apelo emocional e simbólico.

Essa virada se deu fora dos espaços tradicionais de deliberação. Não foi nas audiências públicas, nem nas comissões, mas nos algoritmos, nas manchetes, nos anúncios e nos discursos construídos para parecer neutros e preocupados com o usuário. O discurso da liberdade foi usado como ferramenta de pressão, enquanto interesses comerciais eram mascarados. Do outro lado, quem defendia o PL tinha poucos recursos, pouca visibilidade e enfrentava uma máquina de comunicação extremamente bem azeitada. O desequilíbrio ficou escancarado: quem tem mais voz pública tem mais poder político, e isso coloca em xeque a própria lógica da democracia deliberativa.

A conclusão que fica é direta: o lobby das big techs foi eficiente, mas problemático. Não por existir — lobby é legítimo —, mas pela forma como foi feito. A construção de campanhas que escondem intenções, distorcem o debate e

instrumentalizam a opinião pública não pode ser vista como uma prática ética. A disputa pelo PL das Fake News deixou de ser sobre o texto da lei e virou uma batalha de percepção. E nessa batalha, venceu quem teve mais poder de moldar a narrativa. Se o interesse público perdeu espaço, é porque ainda estamos longe de um cenário em que a comunicação institucional seja usada para esclarecer — e não para confundir.

Referências.

ARON, Renard. Lobby digital: como o cidadão conectado influencia as decisões de governo e empresas. São Paulo: ABERJE, 2020.

CASTELLS, Manuel. A galáxia internet: reflexões sobre a internet, negócios e a sociedade. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

GALAN, Gilberto. Relações governamentais & lobby: aprendendo a fazer. São Paulo: ABERJE, 2016.

GOZETTO, A. M.; MANCUSO, W. P. Lobby: instrumento democrático de representação de interesses. Organicom: Lobby, Relações Governamentais e Democracia, 2011.

HABERMAS, Jürgen. Mudança estrutural da esfera pública: investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. Planejamento de relações públicas na comunicação integrada. São Paulo: Summus, 2003.

LIPPMANN, Walter. Opinião pública. São Paulo: Vozes, 2011.

PARISER, Eli. O filtro invisível: o que a internet está escondendo de você. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

PATRI, Eduardo Carlos Ricardo. Relações governamentais, lobby e advocacy no contexto de public affairs. Organicom, v. 8, n. 14, p. 129-144, 2011.

REIS, Patrícia Cerqueira. A comunicação como estratégia para a participação do cidadão no estado democrático de direito. Organicom – Revista Brasileira de Comunicação Organizacional e Relações Públicas, São Paulo, v. 8, n. 14, p. 146-158, 1º sem. 2011.