



XIX Conferência Brasileira de Comunicação Cidadã

de 08 a 10 de outubro 2025
Universidade Federal do Tocantins

COMUNICAÇÃO DEMOCRÁTICA NA ERA DIGITAL NO BRASIL: a importância da regulamentação das redes sociais para a soberania nacional¹

Eula Dantas Taveira Cabral – Fundação Casa de Rui Barbosa

RESUMO

O objetivo é analisar a comunicação democrática na era digital a partir da importância da regulamentação das redes sociais para a soberania nacional. Utilizando-se pesquisas bibliográfica e documental e com base em autores de Economia Política da Comunicação, chegou-se às seguintes conclusões: a comunicação democrática envolve mobilização da sociedade em prol dos direitos humanos; a regulamentação das redes sociais evitará que estrangeiros manipulem brasileiros; tem-se como desafios reformulação das políticas públicas, diversidade de produtores capacitados e qualificados para acessar e exercer o controle sobre a mídia, implementando meios locais e comunitários e defendendo o direito à comunicação.

PALAVRAS-CHAVE: comunicação democrática; redes sociais; regulamentação; soberania nacional.

1 INTRODUÇÃO

2025 vem sendo marcado pelas imposições dos Estados Unidos contra o Brasil, tentando intervir na regulamentação das redes sociais no país, uma vez que muitos conglomerados midiáticos que controlam a web são norte-americanos. Concentração que ultrapassa limites territoriais e interfere na mídia de outros países, exigindo regulamentação para não afetar a soberania nacional, ou seja, domínio, controle e poderio que cada país tem em relação ao seu território e sua população.

O Brasil é um grande país em extensão, população e com inúmeras riquezas. No que tange ao consumo midiático, de acordo com o IBGE (2024), tem aparelhos de televisão em 94,3% dos domicílios particulares permanentes do País, onde 88% têm acesso à TV aberta, 42,1% ao serviço pago de streaming e 25,2% à televisão por assinatura. O telefone móvel celular está em 96,7% dos domicílios e o fixo convencional, em 9,5% dos lares. A internet alcança 92,5% dos domicílios permanentes, sendo o celular o equipamento mais usado para navegar na rede (91,9%).

¹ Trabalho apresentado no GT3 – Redes Sociais e Ativismo da XIX Conferência Brasileira de Comunicação Cidadã 2025, realizada de 08 a 10 de outubro de 2025, na Universidade Federal do Tocantins, Palmas-TO.

Em relação às redes sociais, Camardella (2025) detectou que as quatro mais usadas pelos brasileiros são norte-americanas: WhatsApp, da Meta Platforms (que vale US\$1,5 trilhão²), com 147 milhões de usuários e está em 99% dos celulares no Brasil; Youtube, da Alphabet (vale US\$2,2 trilhões³), com 144 milhões de usuários mensais; Instagram com 141 milhões de usuários e Facebook com 112 milhões de usuários - ambos da Meta Platforms.

Diante desse cenário, como ter comunicação democrática na era digital no Brasil?

2 METODOLOGIA

Trabalha-se com o método qualitativo, levando-se em consideração as pesquisas bibliográfica e documental.

3 REFERENCIAL TEÓRICO

A partir da Economia Política da Comunicação, Hamelink (1981, p.17) observou que o desenvolvimento da sociedade e a evolução da mídia fizeram com que a tecnologia se tornasse vital no campo comunicacional. Para Thompson (1995), o surgimento e o desenvolvimento das indústrias de mídia representavam um processo histórico que acompanhou o aparecimento das sociedades modernas. Mattelart (2000, p.120) detectou que “as novas tecnologias vêm alterar o modo de ver o planeta”.

Festa e Santoro (1991, p.180) verificaram que a América Latina se apresentou no cenário internacional com grande número de emissoras de televisão, lançamento de satélites domésticos, transmissão de dados, TV a cabo, TV por assinatura, emissoras em UHF, redes regionais de televisão, parabólicas e a entrada indiscriminada de equipamentos de telecomunicações e de radiodifusão por intermédio das corporações internacionais, com o beneplácito da maioria dos governos e apesar das leis e protecionismos.

Moraes (2013, p.24) chamava atenção para o fato que na área midiática a entrada de instituições financeiras e de fundos de investimentos, em busca de maiores rendimentos, resultou numa “interseção cada vez maior entre capital financeiro e capital midiático”. Explicava que já

² AS 10 EMPRESAS MAIS VALIOSAS DO MUNDO EM 2025. 31 de julho de 2025. Exame. Disponível em <https://exame.com/invest/mercados/as-10-empresas-mais-valiosas-do-mundo-em-2025/>. Acesso 3 ago.2025.

³ AS 10 EMPRESAS MAIS VALIOSAS DO MUNDO EM 2025. 31 de julho de 2025. Exame. Disponível em <https://exame.com/invest/mercados/as-10-empresas-mais-valiosas-do-mundo-em-2025/>. Acesso 3 ago.2025.

existia uma lógica concentracionária midiática e reprodutiva do mercado e da cultura tecnológica que tinha como eixos a digitalização, a virtualização, a mercantilização simbólica e a internacionalização de negócios.

Em relação à internet, para Dizard Jr. (2000), é uma nova mídia, um novo meio de comunicação que supera os demais por ser mais rápido e promover conexão e convergência. E, como verificou Recuero (2017, p.13), com as redes sociais “amplificam conexões sociais, permitem que estas apareçam em larga escala”, auxiliando sua manutenção e crescimento no ambiente digital.

Assim, em 2025, observa-se que, tanto no Brasil como em vários países, a concentração dos conglomerados de mídia é prejudicial para a sociedade e a falta de regulamentação fere sua soberania nacional (CABRAL, 2023). Para evitar que isso se mantenha, é importante que a sociedade se mobilize em prol da democratização da comunicação. Conceito que, de acordo com Cabral Filho e Cabral (2024), deve levar em consideração a necessidade da reformulação de políticas públicas, a diversidade de produtores capacitados e qualificados para acessar e exercer o controle sobre os meios de grande circulação, além de implementar meios de alcance local e comunitário e defender o direito à comunicação para toda a população.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Para ter comunicação democrática na era digital no Brasil é importante que o país defenda sua soberania nacional e faça a regulamentação da mídia. Não há como negar que a concentração midiática interfere no país, impondo à população que consuma o que for de interesse do mercado. No Congresso Nacional existem alguns projetos de lei para regulamentar as redes sociais. Entretanto, diante dos lobbys de estrangeiros, muitos políticos vêm ignorando os malefícios causados aos brasileiros.

A comunicação democrática envolve a mobilização da sociedade em prol dos direitos humanos e não aceita que seus cidadãos sejam manipulados por ideologias que enganam e podem destruir a vida das pessoas. Trata de conteúdos que beneficiam a sociedade e pode ser feita por todos e para todos.

Assim, torna-se vital reformular políticas públicas, ter diversidade de produtores capacitados e qualificados para acessar e exercer o controle sobre os meios de grande circulação e os digitais, implementar meios de alcance local e comunitário e defender o direito à comunicação para todos os brasileiros.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A mídia no Brasil envolve atores nacionais e internacionais, interferindo no cotidiano da população. Quatro redes sociais digitais no Brasil têm mais de 2/3 da população como usuárias de dois conglomerados norte-americanos que valem trilhões de dólares.

Em 2025, com os ataques à soberania brasileira, é hora de o Estado, envolvendo os Poderes Executivo, Judiciário e Legislativo, ficar atento a esta realidade e não se curvar ao mercado e nem aos países que insistem em se apropriarem de suas riquezas. É hora de regulamentar a internet, principalmente as redes sociais, e permitir que a sociedade civil se aproprie da comunicação como direito de todos.

Referências

CABRAL, Eula D.T. **Concentração da mídia no Brasil**: radiodifusão e telecomunicações. Rio de Janeiro: Anagrama/Faperj, 2023.

CABRAL, Eula D.T., CABRAL FILHO, Adilson V. Democratização da comunicação, da cultura e da informação no Brasil e o papel das rádios comunitárias. In: **Democratização da Cultura, da Comunicação e da Informação na era digital**. Vol.6. Divinópolis: Meus Ritmos Editora, 2024.

CAMARDELLA, Isabela. As 10 redes sociais mais usadas no Brasil em 2025. 17 de julho de 2025. **Adsterra**. Disponível em <https://adsterra.com/blog/br/redes-sociais-mais-usadas-no-brasil/>. Acesso em 3 ago.2025.

DIZARD JR., Wilson. **A nova mídia**: a comunicação de massa na era da informação. Rio de Janeiro: Zahar, 1998.

FESTA, Regina; SANTORO, Luiz Fernando. A terceira idade da TV: o local e o internacional. In: NOVAES, Aduato (org.). **Rede imaginária**: televisão e democracia. São Paulo: Companhia das Letras, Secretaria Municipal de Cultura, 1991.

IBGE. Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua. Acesso à Internet e à televisão e posse de telefone móvel celular para uso pessoal 2023. **IBGE**, 2024. Disponível em <https://static.poder360.com.br/2024/08/pnad-acesso-internet-ibge-16ago2024.pdf>. Acesso em 11jun.2025.

MATTELART, Armand. **A globalização da comunicação**. Bauru: EDUSC, 2000.

THOMPSON, John B. **Ideologia e cultura moderna**: Teoria social crítica na era dos meios de comunicação. Petrópolis: Vozes, 1995.

RECUERO, Raquel. Introdução à análise de redes sociais online. Salvador (BA): **Edufba**, 2017.