
Caso Marielle: uma análise da estrutura noticiosa nas redes¹

Clarissa RODRIGUES²

Yan BERTONE³

Vânia BRAZ⁴

Universidade do Vale do Paraíba, São José dos Campos, SP

RESUMO

Este trabalho tem como objetivo estudar a fala na rede e os formatos de comunicação presentes na contemporaneidade. Para isto, estuda-se a propagação de notícias falsas do caso Marielle Franco. Como amostra do estudo, tem-se cinco postagens referentes à vereadora divulgadas na rede social Facebook. Analisa-se a estrutura das publicações e os elementos presentes nelas e no texto de notícia padrão. As conclusões tomadas pelos autores neste artigo levam em consideração o interesse de um ator social ao divulgar uma fake news, a facilidade de interação deste sujeito no online e a maneira como sua fala é propagada.

PALAVRAS-CHAVE: jornalismo; notícia; redes sociais; Marielle Franco; fake news.

A Fala da Rede

Ao estudar o enunciado e o modelo de comunicação, tem-se hoje o formato de rede, devido a diferentes ideias e ao poder de fala dado ao cidadão para se manifestar, transpassando informações do mundo online para o offline e vice-versa, o que facilita a interação de diferentes atores e auxilia a comunicação no meio.

Antes, era a padronização das mercadorias e a especialização do trabalho; agora, a flexibilização do trabalho e a intelectualização, em que o autor aponta o conhecimento como produto mercadológico, tornando-se base de venda e troca, caracterizando poder na sociedade pós-industrial, além da desestruturalização do tempo e do espaço.

A quebra da barreira espacial e, conseqüentemente, temporal, é claramente observada por Bauman (2001) quando este caracteriza a pós-modernidade pela não solidez, utilizando-se da “fluidez” ou “liquidez” como metáforas para captar este

¹ Trabalho apresentado no IJ01 – Jornalismo, da Intercom Júnior – XV Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

² Estudante de Graduação 7º. Semestre do Curso de Publicidade e Propaganda da FCSAC-UNIVAP, e-mail: clarissaprr94@gmail.com.

³ Estudante de Graduação 7º. semestre do Curso de Jornalismo da FCSAC-UNIVAP, e-mail: yanbertone@gmail.com.

⁴ Orientadora do trabalho. Profa. Dra. Vânia Braz de Oliveira, UNIVAP, e-mail: vaniajor@univap.br.

período. O autor complementa ao afirmar que o “curto prazo” substituiu o “longo prazo” e fez da instantaneidade o seu último ideal: “Se a modernidade sólida punha a duração eterna como principal motivo e princípio da ação, a modernidade fluída não tem função para a duração eterna” (BAUMAN, 2001, p.145). Velocidade, e não duração, é o que importa. O aqui e agora, a vivência do presente é peça chave nessa sociedade. Isso também nos remete às revoluções comunicativas descritas por Gontijo (2004), em que, em cada uma delas, podia ser visto a introdução de novos meios de comunicação capazes de alcançar um público cada vez maior e um período de tempo cada vez menor.

Agora, a inserção da tecnologia da comunicação e sua evolução possibilitam que a própria informação se torne o produto de um processo. Tudo isto tem como fator principal a inserção da tecnologia: “A tecnologia é a sociedade, e a sociedade não pode ser entendida ou representada sem suas ferramentas tecnológicas” (CASTELLS, 2003 p. 25). Para Di Felice (2008, p.22), na contemporaneidade, a humanidade enfrenta uma revolução comunicativa, implementada pelas tecnologias digitais, o que para ele, em uma concepção histórica, constituiria a quarta revolução que, como as outras, estaria ocasionando importantes transformações nas relações sociais.

A noção de tempo e espaço se foi reconfigurando, e a vivência foi substituída pela aparência, a realidade pela virtualidade e a palavra pela imagem, que passam a desempenhar uma grande importância na vida social e no imaginário dos indivíduos contemporâneos.

Agora, embora a propriedade seja importante, estar em conexão ou conectado no ciberespaço é mais importante. “As novas redes de comunicações digitais globais, por serem tão abrangentes, têm o efeito de criar um novo espaço social, uma segunda esfera terrestre acima da Mãe Terra, suspensa no éter do ciberespaço” (RIFKIN, 2001, p.11). Para Giddens (apud HALL, 2005, p.15), “à medida que áreas diferentes do globo são postas em interconexão umas com as outras, ondas de transformação social atingem virtualmente toda a superfície da terra”. Vale ressaltar que estar conectado e ter competência para gerenciar as informações, nessa sociedade, também simboliza poder ou micro poder de ação nas redes, seja como emissor ou receptor. Segundo Terra (2010, p.23), “as redes ganharam vida energizada pela Internet e os valores da liberdade individual e da comunicação aberta tornaram-se supremos”.

Assim, com a tecnologia da comunicação cada vez mais inovadora, são os usuários os principais produtores da tecnologia, adaptando-as aos seus usos e valores. Podemos dizer que hoje vivemos a interconexão de expressões individualizadas no coletivo das redes sociais *on-line*.

Há sim possibilidades de interação entre os participantes das redes sociais *on-line* e já é fato, nos dias de hoje, que os cidadãos interconectados e interativos, armados de poderosa munição tecnológica, deram um passo adiante decisivo e, agora, exigem o protagonismo central que sempre lhes correspondeu” (CREMADES, 2009, p.27). Mas essa exigência ou esse “micropoder” atribuído por Cremades ao consumidor pós-moderno presume ser fato consumado de que os cidadãos são os verdadeiros protagonistas da mudança social, pois, segundo ele, “ninguém a fará como os cidadãos, tão bem como os cidadãos, se os cidadãos não a fizerem” (CREMADES, 2009, p.33). Para o mesmo autor a internet é uma rede que reflete as desigualdades existentes nas distintas sociedades humanas e utiliza-se de metáforas para dizer que a

a internet não consiste em distribuir café para todos, mas em potencializar a capacidade de colaboração de uns com os outros para a elaboração de um produto comum, surgindo daí o micropoder (CREMADES, 2009, p.88).

Esse micropoder, segundo ele, permite comunicar-se livremente, sem a possibilidade de um controle efetivo e duradouro.

O espaço do micropoder dialógico

Recuero (2011) defende que as pessoas se adaptaram aos novos tempos utilizando a rede para formar novos padrões de interação e criando novas formas de sociabilidade e organizações sociais. Tais formas se baseiam em interação e comunicação que, mediadas pelo computador, proporcionam que essas interações sejam transportadas ao ciberespaço, possibilitando que novos grupos que não poderiam interagir livremente tendem a surgir.

É fato que os cidadãos têm maior visibilidade dentro do meio que estão inseridos em razão das tecnologias. É fazendo uso destas que, diferentemente do passado, é mais fácil expressar opiniões e atuar ativamente numa esfera pública.

O poder de fala de um indivíduo, hoje, está ligado a suas conexões em rede, sendo esta não apenas física, mas também virtual. A sociedade moderna expandiu-se

para este meio muitas vezes para se comunicar, o que possibilitou diferentes conexões de sujeitos e motivo pelo qual estuda-se os novos comportamentos em rede.

Relaciona-se ao poder de fala e expressão de um indivíduo dentro de um círculo social à fala de Cremades (2007), onde

as novas tecnologias possibilitam um reforço do poder de atuação dos indivíduos em todos os espaços. Esse novo micropoder surge de pessoas vivas que dialogam com outras, com afinidades ou não. Não é um mero intercâmbio de discursos avassaladores ou de mensagens propagandísticas: é uma forma de atuar e de pensar, que se abre, agradecidamente, à pluralidade do real, com uma atitude de inclusão generalizada das contribuições de outrem. (CREMADES, 2007, p. 30).

Ao estudar o impacto de um discurso de um cidadão no *online* deve-se, também, analisar seu impacto quanto à suas conexões. Para Capra (2008), enquanto continuam nas redes sociais, as comunicações formam ciclos múltiplos de retroalimentação que produzem um sistema capaz de compartilhar crenças, valores e desejos, ou seja, um contexto comum de sentidos visto por ele como cultura.

Um discurso presente no meio digital está sujeito a diferentes interpretações de acordo com o ambiente em que se insere, à medida que se torna mais fácil para um sujeito se expressar, torna-se mais fácil, também, para que tenha interpretações de diferentes atores dentro de uma rede, gerando uma discussão que, quando respeitosa, rica em argumentos e informações. Para Recuero (2013, p.55), o que parece acontecer nos *sites* de rede social é uma amplificação das conexões e uma mudança nos padrões de conectividade. As pessoas parecem adotar práticas de adição de conexões fracas (pessoas que não se conhecem ou se conhecem muito pouco), gerando redes cada vez mais conectadas, ou seja, uma hiperconexão das redes nos *sites* de redes sociais. As conexões parecem estar amplificadas pelas práticas sociais dos atores, ampliando, também, todas as características dos públicos em rede.

O poder de fala dado a quem se conecta torna-se mais cômodo e convidativo quando este é compartilhado dentro de uma comunidade ou grupo com membros e atores com os mesmos comportamentos e opiniões. Assim, o emissor sente-se encorajado a se expressar e difundir um novo discurso no meio, no espaço público em que a rede se tornou.

A esfera pública configura-se, ainda hoje, como um local de liberdade para se expressarem ideias e ideais. Esse espaço público protagonizado pela internet tem como

característica o relacionar das pessoas, mesmo que separadas fisicamente. Supera-se a imagem “emissor-receptor”, pois se tem a possibilidade de qualquer pessoa publicar suas opiniões e deixá-las visível ao público, fortalecendo, assim, um local onde o individual se perde, já que, ao se tornar público, se passa a ser julgado e observado por todos.

A esfera pública é vista, segundo Habermas (2003), como um espaço onde a opinião pública ganha relevância. Não se trata de um espaço físico, mas de um ambiente propício para o debate, onde há diversas esferas públicas de acordo com a temática. A esfera se forma quando o tema é de interesse de um determinado grupo, o qual pode ser formado por poucas ou muitas pessoas, além de pessoas em agrupamentos diferentes que debatam o mesmo assunto.

No âmbito da esfera pública, é importante, também, observar o conceito de opinião pública, conceito intimamente ligado à esfera pública. Na visão de Habermas (2003), a opinião pública seria construída através do debate e da contra argumentação dos participantes da esfera pública. Hoje, o termo também está associado à vontade geral da população. Em sua obra, Lippman (2010) faz suas abordagens sobre opinião pública já em 1922, ano em que o mundo vivencia os desdobramentos da Primeira Guerra Mundial. O autor afirma que as pessoas, ao adquirirem informações, não estão tão conhecedoras a ponto de bem formularem sua opinião, que, mais tarde, se tornará pública. Complementa ao afirmar que os estereótipos colaboram para formar uma visão equivocada do mundo. Apoiada nisso, a mídia reforça os estereótipos eliminando as opiniões originais. Segundo o autor, o público não tem capacidade de emancipação. O cidadão comum fica só nos estereótipos, e o “público” é visto como abstração teórica, capaz apenas de juízos parciais sobre as questões e facilmente influenciável. Para ele, a sociedade não se funda na comunhão ou na convenção, mas na coincidência.

A estrutura das notícias e como estas são propagadas na sociedade é parte da Teoria da Comunicação. Com isto, estuda-se a disseminação de ideias e ideais e seus interesses na esfera pública. Neste artigo, analisa-se a maneira como as notícias e as fake news se apresentam nas redes sociais on-line.

Boatos, notícias ou fake news

O significado de informação, no dicionário Michaelis é “sf 1 Ato ou efeito de informar (-se). 2 Conjunto de conhecimentos acumulados sobre certo tema por meio de

pesquisa ou instrução. 3 Explicação ou esclarecimento de um conhecimento, produto ou juízo; comunicação. 4 Notícia trazida ao conhecimento do público pelos meios de comunicação”. Assim, observa-se o último exemplo apresentado pelo dicionário como a informação sendo tratada como notícia, esta, por sua vez, veiculada por meios de comunicação para chegar até o público.

Ainda sobre a comunicação e a informação, observa-se a fala de Jakobson (apud CITELLI, 2014, p.75), que leva em conta a Teoria da Informação para entender a comunicação como a transmissão de informações de um ponto a outro.

Para o autor, “a comunicação era a transmissão de uma mensagem, num dado contexto ou situação, por meio de um canal, entre um remetente e um destinatário, que dominam, ao menos parcialmente, o código necessário à produção da mensagem” (p.75). Logo, torna-se claro que Jakobson comenta sobre a comunicação em sua forma linear (emissor – receptor), também conhecido como conceito clássico de comunicação, em que um emissor é responsável por transmitir uma mensagem a um receptor por meio de um canal utilizando um código comunicacional, este processo encaixa-se num referente – contexto em que os sujeitos ativo e passivo desta ação se encontram.

Hoje, após uma revolução digital, considera-se como modelo de comunicação o apresentado por Costa (2002), de uma comunicação com essência digital, que se caracteriza pela multiplicidade de relações envolvidas e de direcionamento das mensagens, os quais fogem do modelo estabelecido pela comunicação de massa, sendo aquele de centralização e unidirecional. Para a autora, dessa forma, a interatividade nos faz contemplar a possibilidade de que todos os interlocutores no processo comunicativo interajam com o meio e entre si. Assim pelos novos meios, os indivíduos deixaram de lado a forma passiva de recepção de informações, presentes nos meios tradicionais, para resgatar o receptor que se impõe e participa.

Com o conhecimento destas informações, observa-se a acessibilidade crescente dos meios de comunicação. O uso de redes sociais e a quantidade de pessoas *online* as utilizando e desenvolvendo novas maneiras de se comunicar altera o formato da comunicação, tornando mais comum a prática do conceito circular, em que todos os sujeitos são receptores e emissores de mensagens contendo diferentes conteúdos e informações.

Por informações, como antes mencionado, tem-se também a ideia de que estas podem ser consideradas notícias, encaixando-se num formato ou não utilizado por

veículos de comunicação. Sendo este: início da notícia com o lead, termo usado para se referir ao primeiro parágrafo da notícia, onde contém as principais informações sobre o fato e aprofundamento do assunto nos parágrafos seguintes. O lead pode ser composto pelas respostas das seguintes perguntas: “Quem? ”; “Quando? ”; “Onde? ”; “Por quê? ”; “Como? ” e “O que?”.

Uma notícia deve, também, basear-se em fatos, apresentar a apuração de informações de fontes oficiais e buscar a imparcialidade dentro do jornalismo.

A propagação de notícias por um veículo ou indivíduo pode, também, estar ligada a interesses, que podem ser pessoais, econômicos e sociais. Desta maneira, uma vez que diferentes sujeitos detém o poder de propagar uma informação em formato de notícia, facilita-se a divulgação de informações falsas, propagadas no meio por interesses específicos e que servem como objeto de desinformação da sociedade.

Tais informações falsas, ao apresentar padrões e formatos também presentes em notícias, são conhecidas como fake news. Para Burshtein (apud TOURAL, 2019, p.39), essa fala na rede pode ser definida como “um relato fictício relativo aos eventos atuais que são fabricados e muitas vezes intitulados de forma enganosa, com o propósito deliberado de enganar os usuários e motivá-los a divulgar” (p.39).

Para o desenvolvimento desta pesquisa, utiliza-se como objeto de estudo o caso Marielle Franco, vereadora pelo PSOL (Partido Socialismo e Liberdade) no Rio de Janeiro e assassinada a tiros em um atentado no dia 14 de março de 2018. Tem-se como recorte da pesquisa uma *fake news* (termo em inglês para notícias falsas) expostas durante a repercussão recente do caso.

A seguir temos o principal modelo de postagem coletada sobre o caso Marielle, retiradas do Facebook durante a pesquisa:

Figura 1: Postagem sobre Marielle



Fonte: Facebook, 2018

A estrutura da “notícia” compartilhada

Para tanto, nossa abordagem teórica iniciou-se por uma revisão bibliográfica dos autores que definem as características da sociedade em rede e o poder do receptor/emissor hoje nas redes sociais on-line. Logo após, usamos como método de pesquisa o Estudo de Caso composto por 5 *posts* inseridos no Facebook.

A pesquisa baseou-se em uma amostragem intencional por conveniência, já que são inúmeros os *posts* veiculados na rede. Esse tipo de amostragem, a qual não apresenta fundamentação matemática ou estatística e depende unicamente de critérios do pesquisador, é descrito por Gil (2012, p.94), “como aquele em que o pesquisador seleciona os elementos a que tem acesso, admitindo que estes possam de alguma forma representar o universo”.

Observou-se grande repercussão de notícias sobre o caso da vereadora, de maneira que para tornar o trabalho mais completo e possível, o estudo se limitou nos primeiros 10 dias que sucederam à morte de Marielle.

Levantaram-se cinco postagens que continham informações falsas sobre a vida da vereadora e para melhor analisá-las dividiu-se em categorias, sendo estas:

a) Imagem: postagem podendo conter fotos, colagens, efeitos em imagens, entre outros;

b) Vídeo: postagem contendo conteúdo em vídeo ou link que direcione para este dentro de outra plataforma;

c) Conteúdo: neste caso, verifica-se a forma como é passada a informação, analisando se há ou não uma estrutura de notícia na postagem.

As informações contidas nas postagens coletadas para este artigo foram desmentidas por veículos de notícia nacionais durante a apuração do caso Marielle, quando este ainda era recente. Assim, por meio de dados apresentados sobre a vida da vereadora, joga-se como falsas as afirmações sobre ela nas publicações aqui analisadas⁵.

A seguir, observa-se a tabela desenvolvida para analisar as postagens dentro de cada categoria.

Tabela 1: Divisão de Categorias

	1	2	3	4	5
IMAGEM	X		X	X	X
VÍDEO		X			
CONTEÚDO					

Fonte: Próprios autores, 2019.

Dentre as informações falsas utilizadas na pesquisa, verifica-se o padrão de estrutura utilizado para desinformar o receptor da mensagem sobre quem era Marielle Franco. Neste padrão, tem-se informações listadas em tópicos, apontando possíveis ações da vereadora em vida.

Do total de cinco postagens, quatro delas utilizam o padrão apresentado. A única postagem a não utilizar o padrão apresenta uma informação falsa mais desenvolvida de um dos itens da lista, apontando Marielle como ex-mulher de Marcinho VP.

Na amostra da pesquisa, 80% das postagens utilizadas apresentam o formato de lista, seguida pela imagem da vereadora. A única postagem a não listar fatos falsos

⁵ As informações são tomadas como falsas pelos autores a partir do momento em que investigações e apurações levaram à veiculação da história da vereadora carioca. Ao ter maior exposição midiática devido ao caso, Marielle tornou-se uma pessoa mais conhecida, pessoal e profissionalmente.

sobre Marielle (20% das fake news analisadas) apresenta uma imagem de um homem e uma mulher, que diz ser a vereadora, mas em realidade não é.

Nenhuma das postagens encontradas no decorrer da pesquisa utiliza o formato clássico de notícia apresentado neste artigo. Ocorre uma listagem de fatos falsos, utilizando de texto e imagem em 80% das fake news, como ferramenta de desinformação acerca de Marielle.

Todas as postagens analisadas têm compartilhamentos dentro do Facebook. A postagem com maior alcance atingiu, até o momento de coleta desta pesquisa, 134 compartilhamentos.

Das notícias analisadas, supondo que houvesse um formato de *lead* clássico anteriormente abordado e apresentado neste artigo – o que não ocorre por se tratar de uma lista de informações – Marielle teria o papel da pergunta “Quem? ”, uma vez que são informações falsas veiculadas sobre ela. Estas últimas sendo respondidas pelo “O que? ”.

Diferentemente de um formato noticioso, nenhuma das fake news utilizam de dados ou fontes para comprovar a desinformação passada ao público no momento da postagem, a listagem em tópicos facilita a leitura e a propagação de mensagens falaciosas que difama a imagem da vereadora.

Quanto à análise da veracidade dos fatos apresentados na postagem, as informações a respeito de Marielle, estuda-se a fala de Lage (2006):

Do ponto de vista técnico, a notícia não é avaliada por seu conteúdo moral, ético ou político; o que importa é se de fato aconteceu aquilo ou, no caso de uma entrevista, se o entrevistado disse realmente aquilo. Embora os jornalistas não estejam imunes (ninguém está) às contingências históricas, aos compromissos culturais e de classe, não há, em tese, notícias reacionárias ou progressistas, edificantes ou indecentes (LAGE, 2006, p. 26-27)

O autor discorre sobre a busca pela imparcialidade jornalística, prezada pelos veículos de comunicação e profissionais da imprensa, tendo como princípio o papel do jornalista como transmissor de um fato ocorrido em determinado momento, é neste instante em que, no processo de construção textual de uma notícia, o redator passa a responder as perguntas contidas no *lead* para então, nos parágrafos posteriores, comunicar as demais informações do fato apresentado.

Ainda de acordo com Lage, ao citar contingências históricas e compromissos culturais e de classe, o autor refere-se ao contexto do jornalista no momento de produção da notícia. Ele afirma que isso influencia na visão sobre o que é noticiado, pois os critérios utilizados para formular título, *lead* e demais parágrafos ou mesmo para decidir a prioridade de uma notícia e em qual editoria ela deve estar – podendo até afetar seu encaminhamento.

Durante a análise das postagens sobre Marielle, não é possível observar critérios de noticiabilidade para a produção de um texto jornalístico padrão (apresentado de acordo com as normas comentadas anteriormente neste artigo), como por exemplo: proximidade; relevância; interesse público; etc. por outro lado, critérios como “impacto” e “repercussão” podem ser aplicados. Todavia, devido as irregularidades dos fatos presentes nos posts, não se caracterizam como notícia, tratando-se de uma fake news. Essa análise pode ser melhor observada na tabela abaixo:

Tabela 2: Critérios de Noticiabilidade

	Relevância	Impacto	Interesse Público	Proximidade	Repercussão
Apresenta		X			X
Não apresenta	X		X	X	

Fonte: Próprios autores, 2019.

É a partir desta fala que não se observa a busca pela imparcialidade nas *fake news* analisadas, uma vez que a invenção de uma informação sobre a vereadora Marielle Franco carrega consigo o contexto histórico, posicionamento político-social e intenções de seus devidos autores.

Tem-se, assim, desinformações que não se encaixam na categoria de notícias veiculadas na imprensa, o que torna importante ressaltar, novamente, o papel da internet e das redes para a propagação de discursos, sendo elas utilizadas como meio de expressão, facilitando a participação social de qualquer indivíduo que queira se manifestar no *online*.

Conclusão

A partir das informações coletadas, análises e estudos acerca do assunto abordado neste artigo, é possível concluir que a presença discursiva no *online*, possibilitada pelo avanço tecnológico e acesso do público em redes de compartilhamento, mudou a estrutura de comunicação previamente conhecida.

A aplicação da comunicação estruturada no modelo circular, em que todos os sujeitos envolvidos podem ser emissores e receptores facilita a propagação de ideias e ideais e gera discussões – podendo estas serem enriquecedoras ou não.

Acerca do que difere uma *fake news* de uma notícia verdadeira, conclui-se que a busca pela imparcialidade é ferramenta de uso da imprensa e de quem trabalha a favor dela para a veiculação de notícias, independente do modelo de transmissão. Observa-se, então, o interesse de desinformação e/ou difamação presente nas notícias falsas veiculadas.

Quanto a este modelo de transmissão mencionado, têm-se a fala nas redes sociais e o estudo de como é o comportamento de um usuário dentro de uma dessas redes. Durante a coleta de informações deste artigo, ao buscar *fake news* sobre o caso Marielle Franco dentro do Facebook, notou-se maior quantidade de informações falsas transmitidas dentro de grupos. Fundamenta-se, assim, a ideia de que estar postando algo em meio a um público com pensamentos parecidos torna mais confortável para o sujeito compartilhar determinado assunto.

Por fim, nota-se a importância das redes para a produção e participação do público frente discussões sociais. O micropoder antes não existente é fundamental para o novo modelo de comunicação (circular) abordado neste artigo, pois possibilita maior interatividade dentro do *online*.

REFERÊNCIAS

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade líquida**. Tradução de Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

CAPRA, Fritjof. Vivendo em redes. In: DUARTE, Fábio; QUANDT, Carlos; SOUZA, Queila (Orgs.). **O tempo das redes**. São Paulo: Perspectiva, 2008.

CASTELLS, Manuel. **A galáxia da internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade**. Tradução de Maria Luiza X. de A. Borges; revisão Paulo Vaz. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

-
- CITELLI, Adilson et al. **Dicionário de Comunicação**. São Paulo: Contexto, 2014.
- COSTA, Maria Cristina Castilho. **Ficção, comunicação e mídias**. São Paulo, SP: Senac, 2002.
- CREMADES, Javier. **Micropoder: a força do cidadão na era digital**. Tradução de Edgard Charles. São Paulo: Senac São Paulo, 2009.
- DI FELICE, Massimo (Org.). **Do público para as redes: a comunicação digital e as novas formas de participação soacial**. 1.ed. São Caetano do Sul, SP: Difusão, 2008.
- GIDDENS, Anthony. **Modernidade e identidade**. 1.ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.
- GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 2012.
- GONTIJO, Silvana. **O livro de ouro da comunicação**. Rio de Janeiro: Ediouro, 2004.
- HABERMAS, Jürgen. **Mudança estrutural da esfera pública: investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2003.
- LIPPMANN, Walter. **Opinião pública**. Tradução e prefácio de Jacques A. Wainberg. 2.ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2010.
- PIGNATARI, Décio. **Informação. Linguagem. Comunicação**. São Paulo: Perspectiva, 1971.
- RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. 2.ed. Porto Alegre: Sulina, 2011.
- RECUERO, Raquel. N63 – Atos de ameaças à face e à conversação em redes sociais na Internet. In: PRIMO, Alex (Org.). **Interações em rede**. Porto Alegre: Salina, 2013. p.51-70.
- RIFKIN, Jeremy. **A era do acesso**. Tradução de Maria Lúcia G. L. Rosa. São Paulo: Makron Books, 2001.
- TERRA, Carolina F. **Usuário-mídia: a relação entre a comunicação organizacional e o conteúdo gerado pelo internauta nas mídias sociais**. 2010. 217f. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) – Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, 2010.
- TOURAL, Carlos et al. **Big Data e Fake News na sociedade do (des)conhecimento**. Aveiro: Ria Editorial, 2019.