

Considerações Sobre Jornalismo em Redes Sociais e as Condições de Visibilidade Impostas Pelos Algoritmos¹

José Ismar Petrola JORGE FILHO²;
Universidade de São Paulo

RESUMO

Com a disseminação do jornalismo em plataformas digitais e a reconfiguração das comunicações promovida pelas redes sociais, amplificam-se os questionamentos referentes às condições de visibilidade impostas pelas plataformas e as novas possibilidades de censura. Neste artigo, pretendemos discutir como possibilidades de combate às *fake news* e incentivo ao jornalismo de qualidade podem ser pensadas nesse contexto de novos desafios à liberdade de expressão, que incluem a mediação tecnológica, os vieses algorítmicos e a utilização dos dados de usuários.

PALAVRAS-CHAVE: algoritmo; censura; *fake news*; jornalismo; redes sociais

1. Introdução

A disseminação das redes sociais, na última década, tem promovido um verdadeiro rearranjo das comunicações no mundo inteiro. Cada vez mais, grandes jornais e redes de rádio e televisão vêm perdendo seu status privilegiado de referência para o debate público e aumenta a relevância de sites, blogs e perfis em redes sociais. O jornalismo tradicional passa a dividir espaço com diversos tipos de jornalismo alternativo, blogs, jornalismo cidadão, manifestações de jornalismo amador, entretenimento, humor e os diversos tipos de desinformação, desde paródias ou sátiras fora de contexto até as chamadas *fake news*, notícias falsas que simulam a linguagem do jornalismo com o intuito de desinformar. Por *fake news*, aqui, entendemos especificamente notícias falsas, cuja falsidade pode ser verificada, e disseminadas em contextos nos quais elas podem levar à

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação, Mídias e Liberdade de Expressão, XXI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 44º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutor em Ciências da Comunicação pela ECA-USP, e-mail jose.ismar.filho@usp.br

confusão, não se confundindo, portanto, com paródias, sátiras ou mesmo erros jornalísticos (ALLCOTT E GENTZKOW, 2017).

O fato de perfis em redes privadas como o Facebook e o Twitter serem, cada vez mais, utilizados com finalidades jornalísticas, artísticas e literárias impõe uma discussão sobre as condições impostas pelas redes para a circulação de determinados conteúdos. Uma das principais questões que se coloca é a opacidade dos algoritmos utilizados em redes como o Facebook. Por meio das normas que as empresas operadoras de redes sociais estabelecem para a circulação de conteúdo em suas plataformas, normas estas expressas nos algoritmos de funcionamento das plataformas, elas têm um poder inédito de aumentar ou diminuir a visibilidade de determinados tipos de conteúdo, ou mesmo vetar sua circulação, com o uso de mecanismos de inteligência artificial.

Cristina Costa (2018) observa que, na censura clássica, havia um poder estatal que ditava o que poderia ser veiculado ou não. Na pós-censura, esse poder se encontra diluído entre várias instâncias, incluindo aí atores privados, como as empresas que operam as plataformas nas quais os conteúdos digitais circulam. Redes sociais, por exemplo, funcionam também como uma estrutura censória, ainda que de caráter privado.

Entre os exemplos mais conhecidos de censura do algoritmo podemos citar o veto a imagens com nudez total ou parcial, explícita ou sugerida, nas plataformas Facebook e Instagram. Com o tempo, e após protestos, o Facebook passou a admitir algumas exceções, como permitir seios descobertos em imagens de cunho artístico. Em 2020, após manifestações de artistas que alegavam censura e racismo algorítmico no veto a fotos da modelo britânica Nyome Nicholas-Williams, esta regra foi novamente flexibilizada com a condição de que as modelos nuas escondam os seios e partes íntimas (DEMARTINI, 2020). O controle destas imagens contendo nudez é, num primeiro momento, feito com uso de inteligência artificial, sendo feita também moderação por uma equipe em alguns casos. Ainda assim, a proibição à nudez já gerou alguns casos inusitados, como postagens no perfil oficial da Funai bloqueadas por exibir foto de indígenas com os seios descobertos.

Atualmente, os “Padrões de Comunidade” do Facebook, que determinam quais conteúdos podem ou não ser veiculados na plataforma, estabelecem como “conteúdo questionável”, portanto passível de censura: discurso de ódio, violência e conteúdo explícito, nudez adulta e atividades sexuais, abordagem sexual e conteúdo cruel e insensível. Por discurso de ódio, a plataforma entende discursos violentos ou degradantes

e ameaças dirigidas a pessoas com base em características como etnia, nacionalidade, religião, gênero ou deficiência. As diretrizes do Instagram, operado pela mesma empresa, são bem semelhantes.

Em outros casos, embora não haja propriamente um veto, o algoritmo diminui a visibilidade de determinados conteúdos – por exemplo, links que direcionam para outras plataformas podem aparecer para menos usuários do que posts com imagens e sem links. O fato de ferramentas de inteligência artificial serem cada vez mais utilizadas nesse tipo de controle impõe novos desafios. Embora softwares sejam muito eficientes no processamento de grandes volumes de dados, deixam escapar algumas sutilezas de interpretação. Os algoritmos que os governam podem conter falhas, vícios de sistema, e mesmo refletir preconceitos dos programadores que os criaram.

2. O Facebook e os conteúdos jornalísticos

A partir de 2017, o Facebook implantou diversas modificações em seu algoritmo de modo a diminuir a visibilidade de conteúdos jornalísticos, como páginas de jornais de todos os portes e mesmo links para notícias jornalísticas compartilhados por usuários comuns. Na época, a empresa justificou publicamente a decisão alegando uma opção por reforçar o caráter de comunicação pessoal entre amigos a que o Facebook originalmente se destinaria, priorizando um caráter de entretenimento, como explicitado no post de Mark Zuckerberg em janeiro de 2018:

"Video and other public content have exploded on Facebook in the past couple of years. Since there's more public content than posts from your friends and family, the balance of what's in News Feed has shifted away from the most important thing Facebook can do -- help us connect with each other.

We feel a responsibility to make sure our services aren't just fun to use, but also good for people's well-being. So we've studied this trend carefully by looking at the academic research and doing our own research with leading experts at universities.

The research shows that when we use social media to connect with people we care about, it can be good for our well-being. We can feel more connected and less lonely, and that correlates with long term measures of happiness and health. On the other hand, passively reading articles or watching videos -- even if they're entertaining or informative -- may not be as good" (ZUCKERBERG, 2018).

A decisão ocorreu após controvérsias envolvendo denúncias, amplamente divulgadas na imprensa anglófona, de que entidades possivelmente ligadas ao governo russo teriam feito uso de perfis na rede para disseminar desinformação, visando interferir em processos políticos como as eleições presidenciais nos EUA e a votação pela saída do Reino Unido da União Europeia. Outra crítica bastante frequente com relação às redes sociais na época, e à qual o post da direção parece se reportar, refere-se à possibilidade de manipulação das emoções dos usuários por meio do algoritmo, que, ao destacar determinados conteúdos em detrimento de outros, estimula a interação do usuário com a rede a um ponto que elas se tornam viciantes.

Autores como Santos Jr. (2019, p. 25), Gruen e Townes (2018) apontam que, pelo contrário, esta mudança promovida pelo Facebook não contribuiu para reduzir o consumo de desinformação e trouxe um efeito adverso – a diminuição do acesso do usuário de Facebook a páginas de veículos jornalísticos profissionais com padrões mínimos de checagem da informação. Logo após a rede anunciar a mudança, alguns veículos brasileiros, como a *Folha de S. Paulo*, desativaram suas páginas na plataforma, passando a divulgar as matérias no Facebook através dos perfis pessoais dos jornalistas

Gruen e Townes (2018, p. 18), analisando a repercussão de páginas anglófonas, destacam o prejuízo dessa medida principalmente para as organizações de mídia tradicionais e voltadas para o lucro, e, com menos intensidade, em veículos alternativos. Para os autores, isso se deve ao fato de que, com a mudança no algoritmo, links compartilhados por usuários ganham mais visibilidade do que os links compartilhados pelas organizações de mídia. Assim, veículos alternativos, que são mais frequentemente compartilhados por usuários em seus perfis pessoais, sofreram menos com a mudança.

No Brasil, Santos Jr. (2019, p. 228-9) observa que as páginas dos grandes veículos brasileiros perderam muito em compartilhamentos após a mudança no feed. O autor sugere que este foi um dos fatores que impulsionaram a difusão, nesse período, de numerosas páginas de *fake news* políticas, com implicações para a polarização ideológica que se observou no Brasil nos últimos anos.

Por outro lado, mesmo antes da mudança no algoritmo, sites de notícias falsas já se beneficiavam mais do fluxo de usuários vindos do Facebook do que a imprensa tradicional e a alternativa (ALLCOTT E GENTZKOW, 2017). Santos Jr. (2019, p. 218) também observa que, mesmo com a mudança no algoritmo, o Facebook permanece como

a rede social que mais direcionava usuários para websites de notícias, sendo uma das principais fontes de informação para usuários brasileiros.

Deste modo, não podemos cravar até que ponto esta mudança pode ou não ter contribuído para a maior disseminação de *fake news* e outras manifestações de desinformação na rede nos últimos anos. O que nos importa, para a discussão, é o poder que plataformas como redes sociais têm de promover um rearranjo da visibilidade do jornalismo.

3. Dilema do jornalismo nas redes sociais: esfera pública e redes privadas

Com a popularização da Web, em especial a partir dos anos 2000, quando surgiram plataformas que permitiam publicar conteúdos com facilidade mesmo sem ter conhecimentos de programação, disseminaram-se previsões otimistas quanto às novas possibilidades de circulação da informação propiciadas pela rede, retomando a utopia da “aldeia global” de McLuhan (MOROZOV, 2018, p. 180). Os blogs e as redes sociais pareciam promissores, por exemplo, para iniciativas de jornalismo alternativo, jornalismo cidadão, jornalismo colaborativo e outras manifestações jornalísticas desvinculadas de grandes empresas. Teoricamente, qualquer usuário poderia tornar-se gerador de conteúdo na internet, possibilitando uma difusão da informação de forma mais descentralizada. Empresas jornalísticas tradicionais cada vez mais passam a disputar espaço com novos canais, como os blogs e depois as redes sociais.

Algumas das primeiras perspectivas teóricas viram na internet a possibilidade de criação de uma inteligência coletiva que permitiria novas formas de democracia (LÉVY, 2011), ao passo que outros autores, como Castells (2003), mesmo reconhecendo o potencial da arquitetura descentralizada da comunicação em rede, também alertavam para o crescimento da desinformação e dos radicalismos.

Comumente, as visões mais otimistas sobre a reconfiguração das comunicações na internet pressupõem uma neutralidade, ainda que relativa, na circulação da informação na rede: em tese, qualquer pessoa poderia produzir e acessar conteúdos produzidos por outra. Essa neutralidade da rede, onde um cidadão teria tanto poder de comunicação quanto as grandes emissoras, enfrenta algumas limitações na prática.

Não obstante a diversificação maior da comunicação, que de fato ocorreu em plataformas como os blogs e as redes sociais, a internet reproduz boa parte da

concentração midiática existente em outras mídias, por meio de mecanismos diversos, desde o ranqueamento dos resultados em páginas de busca até as maneiras como as redes sociais compõem os *feeds* de conteúdos para os usuários. Ao mesmo tempo em que a internet possibilitou a difusão de novas e diversas experiências de jornalismo alternativo, o capital social acumulado por jornalistas de grandes veículos também contribui para que eles tenham maior audiência nas redes e se tornem mais relevantes aos olhos de algoritmos de redes sociais e plataformas de busca (LIMA, 2015).

Com a expansão das redes sociais, a circulação de informações na internet se reconfigura, pela forma como as redes se estruturam. Redes sociais são constituídas por perfis de usuários conectados uns aos outros, que compartilham informações em feeds de conteúdos, personalizados para cada usuário. Nas primeiras versões do Twitter e do Facebook, por exemplo, esses *feeds* exibiam, em ordem cronológica, as postagens dos perfis que cada usuário escolhia seguir. Com o tempo, as redes foram aperfeiçoando a seleção automática dos conteúdos a serem exibidos a cada usuário, privilegiando os conteúdos com os quais os usuários interagem mais, num mecanismo de retroalimentação: quando um usuário curte ou comenta um post, assiste a um vídeo, compartilha uma informação, o algoritmo interpreta a ação como interesse em determinado perfil, tema ou tipo de conteúdo e passa a dar mais destaque a conteúdos semelhantes.

Entre as críticas a esse modelo, está o fato de que a retroalimentação promovida por esse tipo de algoritmo se torna viciada com o tempo: o algoritmo oferece cada vez mais um tipo específico de conteúdo e entende que o usuário consome esse mesmo tipo de conteúdo. Cathy O’Neil (2016) aponta que esse mecanismo de retroalimentação pode trazer consequências bastante perversas quando se utiliza o algoritmo em processos que podem impactar a vida das pessoas, como algoritmos usados para determinar políticas públicas.

Este desenho do algoritmo e o redesenho que ele promove na circulação da informação obedece a um propósito das redes sociais: sua sustentabilidade financeira se dá pela divulgação de anúncios publicitários.

Uma das consequências da arquitetura dos algoritmos é a formação dos filtros-bolha (PARISER, 2012): cada usuário tem acesso somente às informações que o algoritmo detecta como sendo de seu interesse. O mecanismo de retroalimentação do algoritmo, assim, favoreceria a radicalização. A esfera pública estaria esfacelada, dividida

em bolhas mais ou menos estanques, cada uma com seu próprio entendimento de uma realidade socialmente compartilhada.

Essa ideia de bolhas tem sido contestada parcialmente por pesquisadores como Bruns (2017) e Santos Jr. (2019) a partir de análises empíricas com redes sociais como Twitter e Facebook, onde frequentemente observa-se compartilhamento de conteúdos externos a uma determinada bolha, ainda que sob um viés de confrontamento.

Eugenio Bucci (2021) propõe que não se trata somente de uma fragmentação da circulação de informações em bolhas estanques, mas uma mudança mais radical: todo o espaço de informação e debates nas redes sociais está subordinado ao entretenimento, para manter os usuários entretidos e mapear seus hábitos e preferências.

Voltemos à nota publicada por Mark Zuckerberg justificando a mudança no algoritmo do Facebook: a justificativa apresentada pela direção da empresa é a de preservar o bem-estar dos usuários da rede social. Para o Facebook, é mais importante que a rede seja agradável ao usuário do que funcionar como uma plataforma para divulgação de notícias, por exemplo.

Desta forma, configura-se uma contradição entre a pretensão de esfera pública do jornalismo exercido via redes sociais e a finalidade privada de circulação dessas redes. Reside aí uma das principais contradições que envolvem o jornalismo e a liberdade de expressão nas redes sociais: inicialmente, criou-se certa expectativa de fundação de uma nova esfera pública a partir da comunicação em rede. Porém, a circulação destas informações se dá, cada vez mais, dentro de ambientes privados, geridos por empresas cuja finalidade não é alimentar um debate público, mas sim promover um ambiente de entretenimento, a partir do qual pode-se gerar valor por meio da publicidade. As redes sociais instauram um regime de visibilidade da informação diferente daquele proposto pela imprensa ou pelas cadeias de rádio e televisão.

A diminuição da visibilidade do conteúdo jornalístico em redes como o Facebook também traz outra ambiguidade em sua justificativa, por ser uma medida tomada em resposta a uma pressão pela redução da circulação de *fake news* na plataforma. Paradoxalmente, é uma medida que pode potencializar o alcance da desinformação na medida em que tira visibilidade de organizações jornalísticas com critérios estabelecidos de verificação das informações divulgadas.

O fato de um posicionamento público como este ser enunciado por uma empresa como o Facebook sugere que, cada vez mais, estas empresas sentem-se pressionadas por

diversos setores da sociedade para tomarem atitudes no sentido de combater a desinformação. Poderíamos pensar no combate às *fake news* como um similar, no campo das comunicações, a diversas medidas de redução de danos ambientais e sociais tomadas por empresas de outros setores e frequentemente enquadradas dentro de um conceito amplo de “responsabilidade social” (PETROLA, 2020). Medidas deste tipo passam a ser adotadas de forma mais constante na medida em que a sociedade pressiona as corporações a agirem neste sentido. Porém, frequentemente visam mais melhorar a reputação das companhias do que reduzir danos causados por sua atuação. Algo semelhante parece ocorrer com relação às medidas de combate à desinformação adotadas pelas redes sociais, que podem ser menos efetivas em combater as *fake news* do que em divulgar que a empresa está tomando atitudes.

4. Como combater as *fake news* sem incorrer em censura?

Algumas vertentes mais calcadas no liberalismo propõem que o combate às *fake news* seria, sim, uma forma de censura. Um dos argumentos mais frequentes nessa defesa ampla da liberdade de expressão é o da suspeição do Estado: se uma instância estatal passar a definir o que é ou não verdadeiro e digno de ser levado a público, entramos numa perigosa espiral rumo à censura (CABRAL, 2017). Outros autores, de linha consequencialista, entendem que a democracia admite certa relativização da liberdade de expressão para a proteção de outros direitos fundamentais. Nesta interpretação, o chamado discurso de ódio – mensagens que incitam a perseguição a determinados indivíduos ou grupos – não estaria protegido pela liberdade de expressão (MONDAL, 2014). Da mesma forma, quando se leva em consideração o alcance das *fake news* e suas possíveis consequências em campos como a política e a saúde pública, caberia uma discussão sobre até que ponto a liberdade de expressão abrange também a liberdade de espalhar desinformação. Frequentemente a desinformação pode atacar outros direitos, como o direito à honra, imagem, privacidade, e à própria vida e integridade física. Além disto, a disseminação de *fake news* tem sido frequentemente usada como uma ferramenta de intimidação contra jornalistas, intelectuais e artistas – ou seja, em determinados contextos, são uma das manifestações da pós-censura na atualidade (JORGE FILHO, 2020).

Nos últimos anos, tem se intensificado o debate em torno de medidas legais para criminalização da divulgação de *fake news* em redes sociais. Esta discussão traz algumas armadilhas, começando pela própria definição do que seria *fake news* e pela dificuldade de se definir como funcionaria, na prática, tal controle, sem incorrer numa forma de censura. Muitos atos de censura à imprensa efetuados no passado por governos autoritários usavam a justificativa de combater a divulgação de informações falsas ou enviesadas (MARCONI, 1980 e KUSHNIR, 2004).

Aqui, abrimos um parêntese importante para estabelecer uma definição: a falsidade do conteúdo não basta para definir se uma notícia é ou não *fake news*. É preciso levar em conta as mediações envolvidas. Allcott e Gentzkow (2017) diferenciam as *fake news* das teorias conspiratórias pela sua possibilidade de comprovação ou desmentido; diferenciam-nas também do erro jornalístico, da paródia e da sátira por sua intencionalidade; observam que, frequentemente, têm o objetivo de gerar lucro pelo volume de cliques ou são bancadas por grupos interessados em interferir em determinados debates públicos. Wardle e Derakhshan (2017), por sua vez, questionam o próprio uso do termo *fake news*, procurando entender as notícias falsas como apenas uma das manifestações de uma *desordem informacional*, na qual também se incluem as sátiras, as notícias enviesadas, a informação editada de forma enganosa, entre outras formas de desinformação.

Em todas essas definições, o elemento da mediação parece ser fundamental para diferenciar as *fake news* de outras manifestações comunicacionais. Ao contrário de notícias jornalísticas, *fake news* não costumam referenciar autores e fontes, são frequentemente repassadas fora do contexto original, comumente não há uma responsabilização sobre os conteúdos publicados. Diferenciam-se da notícia manipulada, que por vezes circula na imprensa, rádio ou televisão, por se destinarem à circulação e recirculação nas redes sociais de forma instantânea para milhares de destinatários, podendo até ser modificadas na forma de meme (JORGE FILHO, 2021). O que torna ainda mais temerária uma definição jurídica que tente defini-las apenas pela sua falsidade.

Outra forma de combater as *fake news* procura diminuir os incentivos financeiros para sua disseminação. Nessa linha, destacam-se iniciativas como as dos grupos *Sleeping Giants*, em países como Brasil e EUA, que pressionam publicamente empresas para que deixem de publicar anúncios páginas veiculadoras de discurso de ódio e *fake news* (RISSO, 2020).

Em outra vertente, o combate às *fake news* pode se dar pela checagem de fatos, exercida por numerosas agências como *Comprova* e *Aos Fatos*. Trata-se de uma frente de ação mais voltada para a educomunicação, buscando estimular o senso crítico dos usuários de redes sociais. Há também iniciativas de incentivo à informação de qualidade, como o *Trust Project*, consórcio internacional de notícias que uma classificação positiva de boas práticas de jornalismo a partir de indicadores que incluem, entre outros, expertise, referenciação dos fatos, transparência quanto aos métodos e fontes utilizadas, canais de feedback e diversidade de fontes consultadas nas matérias. Em sua página, o projeto informa que seus indicadores de credibilidade de notícias são utilizados por diversas plataformas digitais, incluindo o Facebook.

Se, por um lado, os algoritmos frequentemente funcionam como mecanismos de pós-censura, por outro, eles também podem ser uma ferramenta muito interessante para o combate às *fake news*, principalmente nas linhas de checagem de fatos e incentivo à informação de qualidade. O WhatsApp, por exemplo, passou a limitar o número de usuários para os quais uma mensagem pode ser compartilhada e criou um recurso que facilita a pesquisa sobre o conteúdo de mensagens compartilhadas com muita frequência (VENTURA, 2020).

O Instagram e o Facebook também têm adotado medidas de estímulo à verificação das informações compartilhadas no aplicativo, principalmente durante a pandemia de Covid-19: sempre que um usuário compartilha publicações com informações sobre vacinas ou tratamentos contra o coronavírus, o post é marcado com um alerta, contendo link para informações oficiais sobre a prevenção e combate à doença. Alertas semelhantes também têm sido adotados com relação a outras notícias questionadas por checadores de fatos como *Comprova*. Um ponto forte destas iniciativas é a participação do usuário, convidando autor e leitor das postagens a contrapor versões sobre o assunto postado.

Uma possível saída para os impasses apontados neste artigo deve passar por maior transparência das redes sociais com relação ao funcionamento de seus algoritmos, permitindo também o diálogo com setores da sociedade civil sobre as condições para circulação dos conteúdos nas redes. Desta forma, seria possível o debate público sobre condições estabelecidas pelo algoritmo, como os vetos a certos tipos de fotografias ou os ranqueamentos que tornam conteúdos relevantes, como as notícias, menos visíveis. Também se faz necessário conceder ao usuário maior controle sobre seus feeds de conteúdo, bem como facilitar a contraposição de versões e o acesso a notícias verificadas.

Estas possibilidades oferecidas pelos algoritmos apontam um caminho para o combate às *fake news* que sai de uma postura de tutela para uma postura de incentivo à recepção crítica por parte do usuário.

Com isto, pretendemos trazer para o campo da comunicação a proposta de O’Neil (2016) de não tratar o algoritmo como uma entidade neutra e de poderes quase sobrenaturais, mas como uma tecnologia produzida por seres humanos, que pode refletir muitos de seus vieses e preconceitos e que deve, sim, ser discutida e utilizada de forma crítica de modo a não potencializar desigualdades e injustiças já existentes. Morozov (2018) também alerta para o risco de se deixar as decisões políticas a cargo dos algoritmos, como se a tecnologia por si só tivesse o poder de tomar as melhores decisões com base nos dados, sem levar em conta os vieses algorítmicos das plataformas e os interesses das grandes corporações que atualmente operam com o extrativismo de dados dos usuários conectados à rede. Uma discussão sobre liberdade de expressão nas redes deve levar em consideração a participação do público nas decisões sobre as condições de circulação do conteúdo online.

REFERÊNCIAS

ALLCOTT, Hunt e GENTZKOW, Matthew. Social media and fake news in the 2016 election. **Journal of Economic Perspectives**, volume 31, n. 2, primavera 2017, p. 211-236. Disponível em: <https://pubs.aeaweb.org/doi/pdfplus/10.1257/jep.31.2.211>. Acesso em: 31 jul. 2021.

BRUNS, Axel. Echo chamber? What echo chamber? Reviewing the evidence. In: **6th Biennial Future of Journalism Conference (FOJ17)**, 14-15 September 2017, Cardiff (UK), 2017.

BUCCI, Eugenio. **A superindústria do imaginário: como o capital transformou o olhar em trabalho e se apropriou de tudo que é visível**. Belo Horizonte: Autêntica, 2021.

CABRAL, Nara Lya. **Liberdade de expressão, uma liberdade complexa**. Texto apresentado ao 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Curitiba: Intercom, 2017.

CASTELLS, Manuel. **A galáxia da internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade**. Trad. Maria Luiza X. de A. Borges. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

COSTA, Maria Cristina Castilho e SOUSA JÚNIOR, Walter de. Censura e pós-censura: uma síntese sobre as formas clássicas e atuais de controle da produção artística nacional. **Políticas Culturais em Revista**. Salvador, v. 11, n. 1, p. 19-36, jan./jun.2018.

DEMARTINI, Felipe. Instagram e Facebook mudam regras sobre fotos contendo nudez. **Canal Tech**, 27 out. 2020. Disponível em: <<https://canaltech.com.br/redes-sociais/instagram-e-facebook-mudam-regras-sobre-fotos-contendo-nudez-173669/>>. Acesso em 4 ago. 2021.

GRUEN, Andrew; TOWNES, Aisha. **Facebook Friends?**. Shorenstein Center, Disponível em: https://shorensteincenter.org/wp-content/uploads/2018/10/2018.Facebook_Friends.pdf, Acesso em 17 de julho de 2019, 2018.

JORGE FILHO, José Ismar Petrola. Interdição a pautas sobre questões trabalhistas no jornalismo: da censura na imprensa alternativa à pós-censura na comunicação em rede. In: **43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, Salvador, 2020, Anais... Salvador: Intercom, 2020.

_____. **Da imprensa alternativa às redes sociais: uma análise comparativa entre notícias ficcionais no Pasquim e no Sensacionalista**. 2021. Tese (Doutorado em Comunicação Social) – Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2021.

KUSHNIR, Beatriz. **Cães de guarda: jornalistas e censores, do AI-5 à Constituição de 1988**. São Paulo: Boitempo, 2004.

LÉVY, Pierre. **A inteligência coletiva: por uma antropologia do ciberespaço**. Trad. Luiz Paulo Rouanet. 8ª ed. São Paulo: Loyola, 2011.

LIMA, Cláudia do Carmo Nonato. **Jornalistas, blogueiros, migrantes da comunicação: em busca de novos arranjos econômicos para o trabalho jornalístico com maior autonomia e liberdade de expressão**. Tese de Doutorado São Paulo: ECA-USP, 2015.

MARCONI, Paolo. **A censura política na imprensa brasileira. 1968-1978**. São Paulo: Ed. Parma Ltda., 1980.

MONDAL, Anshuman. **Islam and Controversy. The Politics of Free Speech after Rushdie**. New York: Palgrave MacMillan, 2014.

MOROZOV, Evgeny. **Big Tech: a ascensão dos dados e a morte da política**. Trad. Claudio Marcondes. São Paulo: Ubu Editora, 2018.

O'NEIL, Cathy. **Weapons of math destruction: how big data increases inequality and threatens democracy**. New York: Broadway Books, 2016.

PARISER, Eli. **The Filter Bubble: What Internet Is Hiding From You**. New York: Penguin Press, 2011.

PETROLA, José Ismar. Fake news e a disputa entre grande imprensa e redes sociais na campanha eleitoral de 2018 no Brasil. In: COSTA, Maria Cristina Castilho; BLANCO, Patrícia (org.). **Liberdade de expressão e campanhas eleitorais - Brasil 2018**. 21. ed. São Paulo: Eca-usp, 2019. Cap. 4. p. 1-273. Disponível em: http://obcom-usp.com.br/ebook_eleicoes/ebook_eleicoes/Liberdade_de_expressao_e_campanhas_eleitorais_Brasil_2018_v3.pdf#page=110. Acesso em: 24 jul. 2021.

RISSO, Carla de Araújo. Liberdade de Expressão, Fake News e Discurso de Ódio – uma reflexão. In: **43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. Salvador, 2020, Anais... Salvador: Intercom, 2020.

SANTOS JÚNIOR, Marcelo Alves dos. **Desarranjo da visibilidade, desordem informacional e polarização no Brasil entre 2013 e 2018**. Tese de doutorado. Niterói: Universidade Federal Fluminense, 2019.

VENTURA, Felipe. WhatsApp ganha botão Pesquisar para checar fatos no Google. **Tecnoblog**. 3 ago. 2020. Disponível em: <<https://tecnoblog.net/356570/whatsapp-ganha-botao-pesquisar-para-checar-fatos-no-google/>>. Acesso em 5 ago. 2021.

WARDLE, Claire; DERAKHSHAN, Hossein. **Information disorder: toward an interdisciplinary framework for research and policy making**. Council of Europe: Strasbourg, 2017.

ZUCKERBERG, Mark. **One of our big focus areas for 2018 is making sure the time we all spend on Facebook is time well spent (...)**. Menlo Park (EUA), 11 jan. 2018. Facebook: zuck. Disponível em: <<https://www.facebook.com/zuck/posts/10104413015393571>>. Acesso em 4 ago. 2021.