
PL das Fake News: uma análise de como WhatsApp e Telegram reagiram à proposta¹

Milene Aparecida EICHELBERGER²

Samara Letícia WOBETO³

Viviane BORELLI⁴

Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, RS

RESUMO

Neste trabalho, buscamos entender como o Projeto de Lei 2630/2020, conhecido popularmente como PL das *Fake News*, ganhou reverberação no cenário nacional e como as reações das empresas de tecnologia Telegram e WhatsApp foram noticiadas. Para isso, elencamos dois momentos de destaque do tema nas redes: as eleições presidenciais de 2022 e os ataques de 8 de janeiro de 2023. Nos ancoramos em autores como Claire Wardle e Hossein Derakhshan (2017) que refletem sobre desinformação, José Luiz Braga (2020) é acionado para entender mais acerca da polarização política e disseminação de informações falsas e, ainda, utilizamos as proposições de José Van Dijck (2018; 2020) sobre plataformas. Metodologicamente, os materiais coletados foram tratados no *software* de análise lexicométrica *Iramuteq* e nos inspiramos em Braga (2012) para fazer inferências sobre eles e notar as linhas de sentido que emergem.

PALAVRAS-CHAVE: PL das Fake News; Desinformação; Circulação; Regulamentação; Aplicativos de mensagem.

Introdução

Um levantamento produzido pela Agência Lupa⁵ mostrou que apenas 35 países no mundo têm políticas específicas contra a desinformação. Em escala global, 115 países tratam o assunto de acordo com outras leis existentes e 38 não têm qualquer tipo de regulamentação. O Brasil se enquadra na segunda categoria, ou seja, não tem uma lei específica, apesar de ter uma trajetória de debates públicos formalizados em lei acerca

¹ Trabalho apresentado no IJ01 – Jornalismo, da Intercom Júnior – XX Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 47º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Estudante de Graduação, 9º semestre do Curso de Jornalismo da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), bolsista Pibic/CNPq do Grupo de Pesquisa Circulação Midiática e Estratégias Comunicacionais. E-mail: milene.eichelberger@acad.ufsm.br.

³ Coorientadora do trabalho. Jornalista e mestrande do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFSM. Integrante do Grupo de Pesquisa Circulação Midiática e Estratégias Comunicacionais. E-mail: samara.wobeto@acad.ufsm.br

⁴ Orientadora do trabalho. Docente do Curso de Jornalismo da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM) e coordenadora do Grupo de Pesquisa Circulação Midiática e Estratégias Comunicacionais. E-mail: viviane.borelli@ufsm.br

⁵ Informações disponíveis no [site](#) da Agência.

das mudanças tecnológicas. Ainda, dados levantados pela empresa de mídia Comscore⁶, em 2023, mostram que o Brasil é o terceiro país no mundo que mais consome redes sociais midiáticas. Estimativas mostram que há mais de 130 milhões de usuários no país e que estes permanecem cerca de 46 horas no mês utilizando plataformas de redes sociais.

Neste trabalho, vamos analisar a repercussão do PL 2630, conhecido popularmente como PL das *Fake News*⁷ - que objetiva “estabelecer normas relativas à transparência de redes sociais”. Buscamos entender a reverberação do Projeto de Lei no cenário político nacional e como empresas de tecnologia, em específico o Telegram e o WhatsApp (parte do grupo Meta), utilizaram seus canais de contato com os usuários para se posicionarem contra o projeto.

Para isso, utilizamos o *Iramuteq* - um *software* de análise lexicométrica livre que permite a geração de gráficos visuais - para analisar matérias publicadas em portais de notícias nacionais em dois momentos distintos: em 2022 - quando o país lidava com uma disputa presidencial acirrada, e 2023 - quando observamos tentativas antidemocráticas e uma nova onda de demandas pela regulamentação das plataformas. Para essa discussão, nos ancoramos em autores como Claire Wardle e Hossein Derakhshan (2017) que refletem sobre desinformação. Já José Luiz Braga (2020) é acionado para entender mais acerca da polarização política e disseminação de informações falsas e, ainda, utilizamos as proposições de José Van Dijck (2018; 2020) para nos aprofundarmos na temática das plataformas.

Do ponto de vista metodológico, nos inspiramos em Braga (2012), que nos permite fazer uma análise dos materiais coletados para, posteriormente, fazer inferências sobre ele. Os dados coletados foram tratados e analisados a partir do uso do *software Iramuteq*, uma metodologia que dialoga com outros trabalhos do Grupo de Pesquisa Circulação Midiática e Estratégias Comunicacionais, em que o quantitativo e qualitativo se unem. Tal metodologia já foi utilizada nos estudos de Romero e Borelli (2021) e de Frigo, Romero e Borelli (2021).

O PL das *Fake News* no contexto brasileiro

⁶ A pesquisa pode ser acessada [aqui](#).

⁷ A proposta completa pode ser acessada no site da Câmara dos Deputados. Disponível [aqui](#).

No início de 2023, o PL das *Fake News* se tornou assunto central no cenário político brasileiro, fomentado pela massiva disseminação de notícias falsas no período eleitoral de 2022⁸ e após a vitória de Luís Inácio Lula da Silva na corrida presidencial. A discussão também ganha novo fôlego após os atos antidemocráticos de 8 de janeiro de 2023⁹, quando apoiadores do ex-presidente da República, Jair Bolsonaro, invadem a Sede dos Três Poderes, depredam o patrimônio público e atentam contra o estado democrático. Na época, muitos dos terroristas se organizaram, inclusive, por meio de aplicativos de mensagem como o Telegram¹⁰.

Novas pressões acerca da regulamentação surgem a partir de denúncias de que grupos neonazistas se organizavam a partir de aplicativos de mensagens. Em abril de 2023, a Polícia Federal intimou o Telegram a entregar dados sobre grupos e pessoas suspeitas de planejar ataques às escolas, como o que aconteceu na Escola Estadual de Ensino Fundamental e Médio Primo Bitti, em Aracruz, no Espírito Santo, em novembro de 2022¹¹.

Nesse contexto, o Projeto de Lei 2630, popularmente conhecido como "PL das *Fake News*", foi uma iniciativa do senador Alessandro Vieira, do partido Cidadania, já tramitado em 2020¹². Segundo a ementa, o projeto instituiria a Lei Brasileira de Liberdade, Responsabilidade e Transparência na Internet, que, ainda segundo a ementa:

Estabelece normas relativas à transparência de redes sociais e de serviços de mensagens privadas, sobretudo no tocante à responsabilidade dos provedores pelo combate à desinformação e pelo aumento da transparência na internet, à transparência em relação a conteúdos patrocinados e à atuação do poder público, bem como estabelece sanções para o descumprimento da lei .
(Brasil, 2020).

Para pesquisadores da área do Direito, o PL 2630 atua como um aperfeiçoamento das leis existentes e traz importantes garantias para os usuários da internet:

⁸ Para saber mais sobre a disseminação de notícias falsas no período eleitoral de 2022, acesse [aqui](#).

⁹ Mais informações sobre os atos antidemocráticos podem ser acessados [aqui](#).

¹⁰ Mais informações sobre a utilização do Telegram por grupos bolsonaristas podem ser encontradas [aqui](#).

¹¹ Mais informações sobre as intimações impostas ao Telegram, você encontra [aqui](#).

¹² Essa, no entanto, não é a primeira vez em que a legislação brasileira dispôs sobre o uso da internet. Em 23 de abril de 2014, o Brasil aprovou a [Lei nº 12.965](#) conhecida como Marco Civil da Internet, que dispõe sobre o uso da internet no país, ao determinar direitos e deveres para quem utiliza a rede. Em 2018, entra em vigor a Lei nº 13.709, conhecida como [Lei Geral de Proteção de Dados \(LGPD\)](#), que regula as atividades de tratamento de dados pessoais e altera os artigos 7º e 16º do Marco Civil da Internet.

Entre seus princípios e suas garantias, encontram-se todos aqueles concebidos na Lei das Eleições (Lei nº 9.504/1997), no Código de Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078/1990), no Marco Civil da Internet (Lei nº 12.965/2014) e na Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (Lei nº 13.709/2018), assim como as liberdades e garantias da personalidade, dignidade, honra e privacidade dos indivíduos e a promoção do acesso ao conhecimento. (Arrabal; Beduschi; Souza. 2021, p. 11).

O Projeto de Lei ganhou reverberação junto a sociedade e foi repercutido pelas empresas de tecnologia, que são mencionadas pelo PL.

Aplicativos de mensagens ganham espaço no país

A sociedade está intrinsecamente conectada. Num constante processo de plataformização (Van Dijck, Nieborg e Poell, 2020) existem novas lógicas de interação que modificam o cotidiano de distintas maneiras: a forma de se comunicar, de comprar, se locomover, estudar, trabalhar, além de outros setores da vida em sociedade. Para a pesquisadora José Van Dijck (2018), a plataformização é um processo em que as plataformas digitais penetram em setores econômicos e na vida social.

Para ela, existem dois tipos de plataformas - as infraestruturais e as setoriais. As primeiras são as responsáveis por controlarem a “espinha dorsal” das redes, são as chamadas *Big Five*, empresas que controlam grande parte do armazenamento de dados e de tecnologias essenciais para que o restante da rede atue. Atualmente, essas cinco empresas são: Amazon, Apple, Alphabet, Meta e Microsoft. Já as plataformas setoriais são as que dependem dos dados provenientes das plataformas estruturais, e estão relacionadas a um nicho particular, como as plataformas de educação, notícias, transporte, entre outras (Van Dijck, Poell e De Waal, 2018). O Telegram e WhatsApp são considerados parte da infraestrutura setorial da rede, pois estão relacionados às *Big Five* para funcionar.

Uma pesquisa realizada pelo instituto InternetLab em parceria com a Rede Conhecimento Social analisou o uso de aplicativos de mensagens no Brasil nos anos de 2021 e 2022¹³. A pesquisa destacou que 43% eram usuários do Telegram - um crescimento de 12 pontos percentuais em relação ao número de usuários desta plataforma em 2020.

¹³ A pesquisa completa pode ser acessada [aqui](#).

O Telegram foi criado em agosto de 2013 pelos irmãos russos Nikolai e Pavel Durov. O serviço de mensagens instantâneas pode ser acessado por meio de diversos sistemas operacionais e, em 2022, teve mais de 700 milhões de usuários ativos por mês¹⁴. Atualmente, a sede da empresa fica em Dubai e, segundo consta no site oficial do aplicativo¹⁵, eles deixaram a Rússia por conta das legislações locais acerca do uso de tecnologias de informação. Apesar de se dizerem contentes com a atual situação, no site da empresa consta: “no momento, estamos felizes em Dubai, mas estamos prontos para nos mudar novamente se as regulamentações locais mudarem”.

A mesma pesquisa realizada pela InternetLab mostra que o aplicativo de mensagens WhatsApp é utilizado por 99,8% dos usuários da rede. O aplicativo que surgiu como uma alternativa ao SMS foi criado por Jan Koum e Brian Acton e comprado pelo grupo Meta, empresa dona do Facebook e Instagram, em 2014. Segundo informações da página da empresa, o aplicativo está presente em mais de 180 países e preza pela segurança dos usuários pela criptografia de ponta a ponta¹⁶.

A pesquisa ainda enfatiza os usos de cada rede social. Enquanto o WhatsApp fica mais restrito aos grupos de família, amigos e trabalho, o Telegram é mais utilizado para o fortalecimento de comunidades. Usuários costumam utilizar o aplicativo para temas de interesse individuais, como notícias, negócios e política. São temas que partem de um interesse individual do usuário, mas que, na plataforma, encontram uma comunidade de gostos comuns.

A posição do Telegram e WhatsApp frente à regulamentação

A votação do PL, já aprovado no Senado, ganhou urgência na Câmara dos Deputados, incentivado também pela sociedade civil. Em vésperas da votação, plataformas de redes sociais digitais são acusadas de promover conteúdos contra o Projeto de Lei. O Google¹⁷ foi apontado por jornalistas por não impulsionar o alcance de conteúdos informativos sobre o assunto, além de ser acusado de disseminar informações

¹⁴ Dados contabilizados pela própria plataforma.

¹⁵ O site pode ser acessado [aqui](#).

¹⁶ Informações disponíveis do site da empresa, [aqui](#).

¹⁷ O Google é considerado uma das Big Five, as cinco maiores empresas de tecnologia do mundo. Somam-se a ele a Microsoft, Apple, Amazon e Meta.

inverídicas acerca da proposta de lei¹⁸. No dia 09 de maio de 2023, o Telegram envia uma mensagem a todos os usuários da plataforma, em que acusa o PL de censura.¹⁹

Em abril de 2023, a Meta, empresa dona do WhatsApp, também se pronunciou contra o Projeto de Lei. Em nota, a empresa afirmou que o projeto ameaçava a gratuidade dos serviços oferecidos no país: "E, na sua forma atual, a legislação tornaria difícil que empresas de tecnologia como a nossa continuem a oferecer o tipo de serviços gratuitos usados por milhões de pessoas e negócios no Brasil". A empresa também afirmou que o PL 2630 não ajudaria a combater a desinformação²⁰.

O fenômeno da desinformação

O termo "Fake News" se popularizou a partir de 2016, referindo-se a informações falsas utilizadas para desacreditar pessoas, instituições ou situações²¹. No entanto, o termo pode ser considerado contraditório, uma vez que se algo é "news" - notícia, em português, não pode ser "fake" - falso. Pesquisadores como Claire Wardle e Hossein Derakhshan (2017) preferem o termo "desinformação" e alertam para o impacto da propagação desse fenômeno na sociedade:

Desde os resultados da votação do 'Brexit' no Reino Unido, a vitória de Donald Trump nos EUA e a recente decisão do Quênia de anular o resultado das eleições nacionais, tem havido muita discussão sobre como a desinformação está influenciando as democracias. Mais preocupantes, no entanto, são as implicações de longo prazo da desinformação, como o colapso das campanhas projetadas especificamente para semear desconfiança e confusão e para aguçar as divisões socioculturais existentes usando tensões nacionalistas, étnicas, raciais e religiosas. (Wardle, Derakhshan. 2017, p.5, tradução nossa).

José Luiz Braga (2020), em seu artigo sobre polarização política, também discorre sobre o fenômeno das *Fake News*, consideradas por ele um processo orquestrado:

O objetivo é duplo: demarcar o adversário como mostrando um perfil abaixo da dignidade humana; e no mesmo passo, com base nessa distinção radical, fazer pretendidos aliados esquecerem as diferenças que poderiam entreter com o polo disseminador de *fake news*. (Braga, 2020, p. 311).

¹⁸ Mais informações sobre as ações do Google podem ser encontradas [aqui](#) e [aqui](#).

¹⁹ Você pode ler a íntegra da mensagem do Telegram [aqui](#).

²⁰ Mais informações sobre o posicionamento da Meta podem ser encontradas [aqui](#).

²¹ Em 2017, o termo "Fake News" foi considerado a palavra do ano e recebeu menção no dicionário Oxford. Mais informações [aqui](#).

Para Wardle e Derakhshan (2017), há três tipos de desinformação: *Mis-information* (quando as informações falsas são compartilhadas sem a intenção de prejudicar algo ou alguém); *Dis-information* (quando as informações falsas foram manipuladas para favorecer alguém, algo ou um grupo de pessoas); *Mal-information* (quando as informações são compartilhadas para causar danos, tiradas do contexto ou reproduzidas de forma inapropriada). Neste trabalho, não iremos nos aprofundar na discussão conceitual de desinformação levantada pela autora, mas algumas diferenciações são importantes para entender o fenômeno.

Wardle e Derakhshan (2017) ainda pontuam alguns fatores que motivam a criação e propagação de informações falsas. Para os autores, há a motivação financeira, baseada no lucro, com a desordem por meio da publicidade; a motivação política, com a tentativa de desacreditar um candidato político em uma eleição e outras tentativas de influenciar a opinião pública; a motivação social, baseada na conexão com um determinado grupo online ou offline; e a motivação psicológica, baseada na busca por prestígio ou reforço (Wardle *et al*, 2017. p.5).

Ainda citando Braga (2020), consideramos a obra do autor de grande valia para entender o papel da Comunicação em uma sociedade polarizada. Ele retoma sua teoria inicial sobre “códigos” e “inferências” e estuda o surgimento de um “supercódigo”. Para Braga (2015), códigos são elementos compartilhados e necessários para a comunicação, que são acionados por meio das inferências - um processo de interpretação de códigos e de ajuste desses elementos à circunstância da interação.

Em uma sociedade polarizada, Braga (2020) pontua que os dois lados não deixam de interagir, e, assim, o supercódigo seria um equalizador dos códigos compartilhados, que se impõem como suficientes e dispensam a reflexão interpretativa. Ainda segundo Braga (2020), “é um processo padronizador que pretende dispensar qualquer necessidade de ajuste flexível à variação das circunstâncias e das ações em curso, anulando ou superando a diversidade dos demais elementos compartilhados” (Braga, 2020, p. 306). Assim, a convivência entre os adversários exclui qualquer forma de reflexão, trata-se da dualidade “eu” e o “outro”.

Procedimentos metodológicos e análise

Para este trabalho, assumimos que a sociedade está em um constante processo de midiaticização (Fausto Neto, 2018) e também nos ancoramos em Braga (2017) para a escolha de um episódio comunicacional específico para análise. Braga (2017) destaca que a comunicação ocorre em um fluxo “contínuo e adiante”. Neste trabalho, as matérias selecionadas para análise são um momento de um circuito comunicacional, apenas um nó em um circuito “que começa antes e continua depois” (Braga, 2017, p. 48). Assim, a necessária delimitação realizada para análise nos fornece um ponto em uma discussão que se estendeu para outros momentos e de outras formas.

Com aporte metodológico inspirado na perspectiva da comunicação como disciplina indiciária (Braga, 2012), acompanhamos como o assunto era abordado pelos veículos jornalísticos e notamos que houve uma intensificação de publicações de matérias jornalísticas sobre o tema em dois momentos: durante o período eleitoral de 2022 e após o 8 de janeiro de 2023. Assim, para analisar as matérias publicadas sobre as ações do Telegram e do WhatsApp, os procedimentos para coleta das informações seguiu um protocolo que tem sido usado por outros pesquisadores do Grupo de Pesquisa. O protocolo consiste na busca feita em uma aba anônima do Google, por meio dos termos “eleições 2022”; “regulamentação”; “WhatsApp”; e “telegram”. A partir dos resultados exibidos, foram coletadas as 20 primeiras matérias resultantes da busca em 2022 e em 2023.

Nosso intuito é traçar um panorama de como as pressões impostas sobre as plataformas repercutiram em dois períodos distintos. Em 2022, com as pressões impostas pela eleição presidencial e, posteriormente, em 2023, quando as pressões retornam por conta da votação do PL das *Fake News* na Câmara dos Deputados.

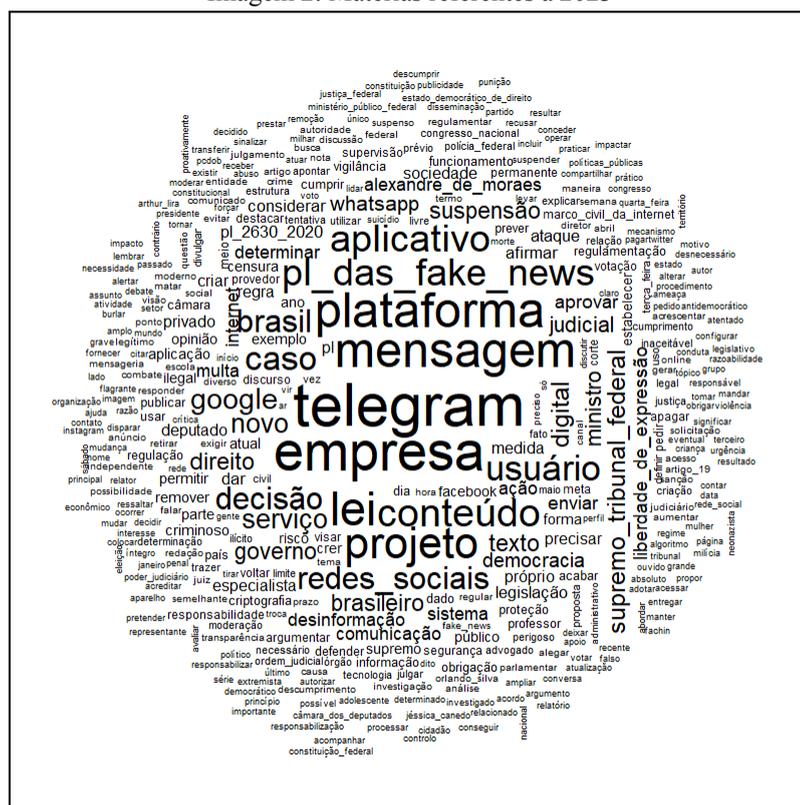
Todas as matérias referentes aos dois momentos selecionados foram unidas e preparadas para serem inseridas no *Iramuteq* - um *software* de análise lexicométrica livre que permite a geração de gráficos visuais a partir de um *corpus*. Antes da inserção no *software*, nos atentamos para o refinamento do *corpus*, com a retirada de possíveis inconformidades que pudessem incidir sobre os resultados. Assim, fizemos a união de alguns termos como “*Fake News*”, que foi escrito junto: “*fake_news*” e “Tribunal Superior Eleitoral”, que foi escrito: “Tribunal_Superior_Eleitoral”, para manter o sentido conjunto dos temas que, separados, nos forneceria outros resultados.

‘Fake News’, que aparece 35 vezes, o que denota a preocupação com a disseminação de informações falsas, um dos problemas enfrentados em uma sociedade polarizada (Braga, 2020).

O termo ‘processo_eleitoral’ e ‘eleição’ também se destacam no *corpus*, com recorrências de 40 e 54 vezes, respectivamente, o que nos contextualiza sobre o período já descrito anteriormente. O vocábulo ‘conteúdo’ aparece 61 vezes e ‘plataforma’ 62 vezes, o que nos permite inferir a preocupação exposta nas matérias acerca do que era publicado - e ainda poderia ser publicado - pelas empresas.

A segunda nuvem de palavras que geramos se refere às 20 matérias coletadas sobre o ano de 2023. Seguimos o mesmo procedimento citado anteriormente para a inserção do material no *Iramuteq* e obtivemos o seguinte resultado:

Imagem 2: Matérias referentes à 2023



Fonte: As autoras, 2024.

Referente às matérias de 2023, podemos perceber o maior destaque para ‘pl das fake news’, acontecimento de maior repercussão no período. Inferimos também que a empresa que recebeu maior destaque nesse segundo ano da coleta foi o

‘Telegram’, cuja repetição ocorreu 62 vezes, enquanto ‘WhatsApp’ apareceu apenas 17. O termo ‘mensagem’ apareceu 49 vezes, e podemos relacioná-lo à mensagem disparada pelo Telegram em maio de 2023, em que acusa o PL das Fake News de censura.

O Google, empresa que também teve um posicionamento contrário ao PL, aparece 26 vezes. Nessa nuvem de palavras, também notamos o destaque para ‘supremo_tribunal_federal’, que aparece 30 vezes. Notamos que o STF foi o órgão público que recebeu maior destaque nessa segunda fase pela atuação direta em intimar as plataformas a fornecerem informações e dados, como apontado no seguinte trecho de uma das matérias coletadas: “Em março de 2022, o ministro do Supremo Tribunal Federal Alexandre de Moraes chegou a determinar temporariamente o bloqueio da rede social após o Telegram descumprir ações judiciais”.

Algumas considerações

A partir das duas nuvens de palavras geradas pelo *Iramuteq*, notamos como as plataformas e empresas que atuam em sua infraestrutura se tornaram centrais na vida das pessoas, de modo a impactar como se comunicam, formam comunidades e os afetamentos que isso gera sobre o contexto sócio-político do país. Em 2022, um acordo com aplicativos como Telegram e WhatsApp foi uma das medidas pensadas pelo Superior Tribunal Federal para o enfrentamento à disseminação de informações falsas, o que foi amplamente difundido pelas matérias.

Já em 2023, observamos as empresas se posicionando de forma contrária à regulamentação das plataformas e às decisões de órgãos governamentais, como o Supremo Tribunal Federal. Ademais, torna-se relevante observar como os portais jornalísticos pautaram os acontecimentos, considerando-os um acontecimento de interesse público (Traquina, 2005).

Cabe pontuar que esta análise se limita a cobertura do ocorrido pelos portais de notícia e que um maior aprofundamento acerca da recepção do Projeto de Lei pela sociedade pode ser feito em análises futuras que abordem, por exemplo, os comentários das matérias. Esse é um assunto em constante mudança, o que nos estimula a novos olhares sobre o material e os resultados aqui obtidos.

A partir de uma metodologia que se inspira em outros trabalhos já realizados por integrantes do Grupo de Pesquisa Circulação Midiática e Estratégias Comunicacionais

(Romero e Borelli, 2021; Frigo, Romero e Borelli, 2021), buscamos unir uma análise quantitativa e qualitativa. Cabe pontuar que este é um trabalho em andamento, e que, a partir desses resultados, podemos pensar novas linhas de atuação, voltadas para um maior aprofundamento dos resultados e inserção em outros *softwares* de visualização, como o *Gephi*, que nos possibilita trabalhar, por exemplo, com campos de similitude.

Referências:

ARRABAL, A. K.; BEDUSCHI, L.; SOUSA, A. S. de. Autorregulação e Reserva de Jurisdição no Combate às Fake News. **Direito Público**, [S. l.], v. 18, n. 99, 2021. Disponível em: <https://www.portaldeperiodicos.idp.edu.br/direitopublico/article/view/5423>. Acesso em: 20 nov. 2023.

BRAGA, J. L. Circuitos de Comunicação. In: BRAGA, J. L.; CALAZANS, R. (org.). Matrizes Interacionais: A Comunicação Constrói a Sociedade, vol.2. Campina Grande: EDUEPB, 2017.

BRAGA, J. L. Polarização como estrutura da intolerância (uma questão comunicacional). In: FERREIRA, Jairo; FAUSTO NETO, Antônio; GOMES, Pedro Gilberto; BRAGA, José Luiz; ROSA, Ana Paula da (org.). **Midiatização, Polarização e Intolerância (entre ambientes, meios e circulações)**. 1 ed. Santa Maria: Facos, 2020. p. 297-315. Disponível em: <https://www.ufsm.br/editoras/facos/midiatizacao-polarizacao-e-intolerancia>. Acesso em: 03 nov. 2023.

BRASIL. Senado Federal. Projeto de Lei no 2630, de 2020. Institui a Lei Brasileira de Liberdade, Responsabilidade e Transparência na Internet. Brasília, DF: Senado Federal, 2020. Disponível em: <https://www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/materia/141944>. Acesso em: 15 mar. 2024.

FAUSTO NETO, A.. Circulação: trajetos conceituais. **Rizoma**, v. 6, n. 2, p. 08-40, 2018. Disponível em: <https://online.unisc.br/seer/index.php/rizoma/article/view/13004>. Acesso em: 02 jun. 2024.

FRIGO, Diossana; ROMERO, Luan; e BORELLI, Viviane. #EleNão e eleições brasileiras de 2018: a circulação de sentidos em grupos de mulheres no Facebook. Equador: Chasqui, 2021.

ROMERO, Luan; e BORELLI, Viviane. Articulação entre métricas e dados textuais como experimentação metodológica para estudos em circulação. São Paulo: Compós, 2021.

VAN DIJCK, José; NIEBORG, David; POELL, Thomas. Plataformização. **Revista Fronteiras – estudos midiáticos**. São Leopoldo, v. 22, n. 1, pp. 2-10, 2020. Disponível em:

<http://revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/view/fem.2020.221.01/60747734>.

Acesso em: 26 dez. 2023.

VAN DIJCK, José; POELL, Thomas; DE WAAL, Martijn. **The platform society: Public values in a connective world**. Oxford University Press, 2018.

WARDLE, Claire; DERAKHSHAN, Hossein. **Information Disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making**. Council of Europe, October, 2017.