

O Olhar Opaco do Regulamento dos Serviços Digitais Sobre os Algoritmos

<https://doi.org/10.21814/uminho.ed.103.3>

Paulo Ferreira

Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade, Instituto de Ciências Sociais,
Universidade do Minho, Braga, Portugal
<https://orcid.org/0000-0001-9235-1833>
pferreira200870@gmail.com

Luís António Santos

Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade, Instituto de Ciências Sociais,
Universidade do Minho, Braga, Portugal
<https://orcid.org/0000-0002-7062-0307>
lsantos@ics.uminho.pt

Resumo

O Regulamento dos Serviços Digitais (Regulamento [UE] 2022/2065, 2022) e o Regulamento dos Mercados Digitais (Regulamento [UE] 2022/1925, 2022) constituem os novos pilares da aposta da União Europeia para a regulação de atividades ligadas à criação e disseminação de conteúdos em espaços online. Assumindo as fragilidades de um quadro regulatório fragmentado e tendencialmente reativo, a Comissão Europeia concebeu um pacote integrado que prevê a partilha de competências com entidades dos Estados-membros e a criação de novas unidades centrais de acompanhamento e fiscalização da atividade dos operadores. Representando uma significativa mudança de estratégia, esta proposta tem fragilidades e envolve

riscos, quando considerada uma história recente de atuação muito limitada, morosa e pouco eficiente relativamente às atividades dos chamados “gigantes da internet”, quando equacionada a sua atual dimensão e capacidade de mobilização de recursos (financeiros, tecnológicos e jurídicos) e, sobretudo, quando analisado em detalhe o que os novos documentos propõem. Este trabalho lança um olhar sobre o tratamento que é dado aos algoritmos gestores de fluxos e ritmos de conteúdos nas plataformas, sugerindo que o novo enquadramento carrega em si debilidades do passado com eventual impacto direto na sua eficácia relativa.

Palavras-chave

plataformas, algoritmos, Regulamento dos Serviços Digitais

Introdução. Passos Para Redefinir o Ecossistema

O “pacote DSA”, constituído pelo Regulamento dos Serviços Digitais (DSA, no acrónimo em inglês; Regulamento [UE] 2022/2065, 2022) e pelo Regulamento dos Mercados Digitais (DMA, no acrónimo em inglês; Regulamento [UE] 2022/1925, 2022) constituem os pilares centrais da nova estratégia da União Europeia (UE) para regular as atividades ligadas à criação e disseminação de conteúdos em espaços online.

Em conjunto, os dois documentos, resultado final de uma ampla discussão posta em marcha pela Comissão Europeia em 2019, formam o que pode chamar-se de “nova Constituição” do ambiente digital da UE¹. Na verdade, a promessa central do DSA e do DMA passa pela redefinição de um ecossistema que, estando já profundamente embrenhado nas estruturas sociais, económicas e culturais da sociedade contemporânea, “segue fora dos carris” (Pershon & Sinderson, 2022, para. 2).

Ao DMA cumpre

contribuir para o bom funcionamento do mercado interno mediante a previsão de regras harmonizadas que assegurem para todas as

1 O fecho do “pacote DSA” coincidiu no tempo com o escalar de uma série de controversas decisões adotadas por algumas das plataformas digitais cuja atividade e impacto nos utilizadores, em particular, e na sociedade, em geral, os documentos pretendem regular. São disso exemplo a instabilidade que tomou conta do Twitter desde que Elon Musk o adquiriu, por 44.000.000.000 €, em outubro de 2022, bem como a intenção anunciada por Mark Zuckerberg, patrão da Meta, de encerrar o CrowdTangle, uma das ferramentas mais eficazes na deteção e rastreamento de conteúdos ilegais online.

empresas, em toda a União, a disputabilidade e a equidade dos mercados no setor digital em que estejam presentes controladores de acesso. (Regulamento [UE] 2022/1925, 2022, art. 1, Alínea 1)

O regulamento é aplicável

aos serviços essenciais de plataforma prestados ou propostos por controladores de acesso a utilizadores profissionais estabelecidos na União ou a utilizadores finais estabelecidos ou situados na União, independentemente do local de estabelecimento ou residência dos controladores de acesso e independentemente do direito aplicável à prestação de serviços. (Regulamento [UE] 2022/1925, 2022, art. 1, Alínea 2)

Resumidamente, o documento estabelece que os “controladores de acesso” (*gatekeepers*), definidos como tal por terem um poderio económico cujo impacto no mercado interno é significativo, ficam obrigados a cooperar com terceiros, tendo em vista a prestação de serviços mais transparentes, a fornecer a terceiros o acesso a dados dos utilizadores e a permitir que terceiros possam fazer publicidade nas plataformas em causa.

Dar preferência aos seus produtos e serviços em relação aos de terceiros, impedir que o utilizador desinstale software ou aplicações pré-instaladas e rastrear os utilizadores finais fora das plataformas centrais dos *gatekeepers*, para efeitos de publicidade direcionada sem consentimento explícito, são também obrigações impostas pelo DMA.

O não cumprimento do disposto no articulado pode acarretar pesadas multas para os prevaricadores: 10% do volume de negócios total da empresa em todo o mundo, ou 20%, no caso de o *gatekeeper* ser reincidente. A título de exemplo: a Alphabet, dona do Google e do YouTube, gerou, no ano passado, 282.000.000.000 € de volume de negócios. A imposição de uma multa de 10% valeria 28.200.000.000 €!

Esta tentativa de pôr cobro ao *wild west* que vigora no ambiente digital é complementada pelo DSA, cujo escopo está definido no Artigo 1.º:

contribuir para o bom funcionamento do mercado interno para serviços intermediários, mediante o estabelecimento de regras harmonizadas para um ambiente em linha seguro, previsível e fiável, que facilite

a inovação e no qual os direitos fundamentais consagrados na Carta [dos Direitos Fundamentais da UE], incluindo o princípio da defesa dos consumidores, sejam efetivamente protegidos. (Regulamento [UE] 2022/2065, 2022, art. 1., Alínea 1)

O regulamento, aplicável, de acordo com o Artigo 2.º, a todos os *gatekeepers* que disponibilizam serviços na UE, “independentemente do local onde os prestadores desses serviços intermediários têm o seu local de estabelecimento”, alinha, sucintamente, um conjunto de medidas para combater a proliferação de bens, serviços ou conteúdos ilegais na internet; para rastrear utilizadores comerciais, de modo a facilitar a localização dos vendedores de mercadorias ilegais; para permitir ao utilizador assinalar tais conteúdos; para incentivar as plataformas a cooperar com os chamados “trusted flaggers” (sinalizador de confiança); para possibilitar que os utilizadores recorram das decisões tomadas por plataformas, no que diz respeito à moderação de conteúdos; para proibir a exibição de publicidade dirigida em plataformas online que vise crianças e/ou que recorra a dados pessoais baseados na etnia, orientação sexual ou opinião política dos utilizadores.

Ao promoverem uma tão significativa alteração na regulação do ambiente digital da UE, o Parlamento Europeu e o Conselho da UE assumem que todos os instrumentos legais anteriores ao DSA e ao DMA foram incapazes de harmonizar as regras de sã concorrência, de garantir um ambiente seguro a quem utiliza os média sociais e de proteger os consumidores. Agora, promete-se “o fim da independência do ciberespaço” (Barata et al., 2021. p. 31).

Tão relevante assunção quadra, na verdade, com o espírito do tempo. A entrada de novos “verbos” na nossa linguagem, como “googlar” ou “tuitar”, é um excelente exemplo. “O pináculo do êxito de uma empresa (...) alcança-se quando a marca se converte em verbo” (van Dijck, 2013/2016, p. 14). Inovação radical (Mansel & Steinmueller, 2020), as plataformas digitais “entraram no coração das sociedades, afetando instituições, transações económicas, práticas sociais e culturais e forçando, dessa forma, os governos e Estados a ajustarem as suas estruturas legais e democráticas” (van Dijck et al., 2018, p. 2).

Notável adquirido: fazendo uso da “mão invisível” que molda o “moderno” espaço público, as plataformas inverteram o sentido tradicional da hierarquia democrática, ao obrigarem Estados e governos a adaptarem-se a um novo *ethos*, em vez de, como seria expectável, serem estes a determinarem as regras do jogo. Nasceram no espaço digital “novos governadores” (Klonick,

2018), com crescente poder sobre os governados, consequência da “forma particularmente virulenta de capitalismo que emergiu recentemente com o voraz crescimento das corporações digitais” (Pickard, 2021, p. 80). De acordo com van Dijck (2021), “nas sociedades capitalistas, os valores públicos nunca prevaleceram sobre os valores comerciais, mas o crescimento da plataforma e da dataficação coloca novas ameaças” (p. 323) a ideais democráticos como a privacidade, a segurança, a tolerância, a justiça, a igualdade e a autonomia.

Sem perder de vista o modo como o DSA trata temas tão importantes como os conteúdos ilegais, os riscos sistémicos, as obrigações de vigilância, as plataformas e os motores de pesquisa de muito grande dimensão (os chamados “big five”²), este capítulo dá especial atenção ao que consideramos ser o “coração” das estruturas sociotécnicas e político-económicas que estão na base da concentração de poder das plataformas digitais – os algoritmos, pedra angular dos fluxos de informação (e entretenimento) dos quais dependemos. Que relevância lhes é atribuída no documento? Que medidas estão previstas no DSA para os monitorizar? Que poderes são atribuídos às (novas) entidades reguladoras, no que aos algoritmos diz respeito? O que se pode dizer sobre a eficácia de tais poderes?

Iniciaremos o trajeto buscando as causas mais salientes da ineficácia da regulação no âmbito da UE. Analisaremos, nos dois passos seguintes, o que, por um lado, está previsto no DSA para lançar luz sobre os algoritmos, verificando, por outro lado, se as competências entregues às entidades que zelarão pelo cumprimento do articulado são compagináveis com o alcance e a importância dos sistemas algorítmicos de recomendação.

Concluiremos com duas chamadas de atenção: para os riscos resultantes de um documento extenso e complexo e para a necessidade de impedir que o tratamento de um tema tão sensível e decisivo fique preso numa teia técnica e burocrática. No meio do jogo entre corporações digitais e instituições públicas estão os utilizadores, que devem ser tratados como cidadãos, e não como meros consumidores.

2 Google, Apple, Facebook, Amazon, Microsoft. Também conhecidos pelo acrónimo GAFAM, os “cinco grandes” arrecadaram, no terceiro trimestre de 2022, receitas acima dos 358.000.000.000 \$ (mais de 337.000.000.000 €). Isto, apesar de o ano ter sido de fortes perdas em bolsa para as tecnologias, fruto do pesado cenário inflacionista e do aumento das taxas de juro.

Pecado Original: A Falta de Harmonização das Respostas Políticas

As sociedades democráticas e deliberativas sempre reclamaram “a existência de uma paisagem mediática capaz de proporcionar o encontro e debate de opiniões e crenças, a coesão social e cultural, o estímulo à participação cívica” (Moore & Tambini, 2018, p. 157). As plataformas acrescentam ou estreitam a diversidade? Se estreitam, quais são as causas principais do desequilíbrio nas relações de poder entre as plataformas digitais e os seus utilizadores?

Assinalando que a inexistência de contraditório nas plataformas impede uma discussão racional, Bajomi-Lázár (2019) entende que

a análise detalhada e uma deliberação com significado deram lugar a interpretações do mundo a preto e branco. A comunicação-informação cedeu o passo à comunicação-ritual. Os média digitais são usados para expressar e reforçar identidades, e não para trocar opiniões num debate aberto. (p. 4)

Usando a experiência humana em quase todas as suas camadas, as plataformas promovem uma espécie de extração lucrativa por via da apropriação de dados e sua posterior *comodificação*³ (Couldry & Mejias, 2019). Fazem-no resgatando a “cumplicidade” dos utilizadores, a tal ponto que a nossa vida já não corre a par com os média sociais, mas dentro deles⁴. Sair deste espartilho é uma opção de risco elevado: abandonaremos boa parte da (nossa) sociabilidade, uma vez que “as atividades online estão hoje completamente interrelacionadas com a vida social offline” (van Dijck, 2013/2016, p. 176).

Na tentativa de proteger consumidores e empresas do crescente poder das plataformas e dos efeitos da digitalização, a UE lançou, desde 2000, um conjunto alargado de códigos, diretivas⁵ e estratégias (ver Tabela 1).

3 “A comodificação é o processo que visa transformar coisas cujo uso tem um valor intrínseco em produtos comercializáveis que são valorizados pelo que podem trazer em troca. Um bom exemplo é a circunstância de podermos transformar uma história partilhada por amigos num filme, ou numa novela, para ser vendido no mercado” (Mosco, 2006, p. 127).

4 De acordo com o relatório *Digital Consumer* (Consumidor Digital) de 2021, os portugueses dedicam 72 horas semanais ao consumo de internet (mais tempo do que passam a dormir). Às redes sociais entregam 13 horas por semana, sendo o Facebook a plataforma mais utilizada (72 *Horas Online. Portugueses Passam Mais Tempo na Internet do que a Dormir*, 2021).

5 A diretiva é uma espécie de documento fundador da União Europeia, no que diz respeito ao regime aplicável às plataformas e a todos os tipos de conteúdos por elas difundidos.

Tabela 1 Principais documentos que procuram limitar o poder das plataformas.

Ano	Documento
2000	Diretiva Sobre o Comércio Eletrónico (https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/PDF/?uri=CELEX:32000L0031&from=PT)
2010	Diretiva dos Serviços de Comunicação Audiovisual (https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/PDF/?uri=CELEX:32010L0013&from=EN)
2015	Acesso à Internet Aberta (https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/PDF/?uri=CELEX:32015R2120&from=EN)
2015	Estratégia Para o Mercado Único Digital na Europa (https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/PDF/?uri=CELEX:52015DC0192&from=PT)
2016	Regulamento Digital Sobre a Proteção de Dados
2018	Código Europeu das Comunicações Eletrónicas (https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/PDF/?uri=CELEX:32018L1972&from=EN)
2019	Diretiva Relativa aos Direitos de Autor (https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/PDF/?uri=CELEX:32019L0790&from=SL)
2022	Regulamento dos Mercados Digitais
2022	Regulamento dos Serviços Digitais

Apesar do esforço, de tudo resultou uma amálgama de documentos oficiais difíceis de coordenar entre os países da UE (Dreyer et al., 2020). O DSA tenta harmonizar e modernizar a resposta a esta dificuldade, embora o faça com dificuldades várias. Barata et al. (2021) veem no DSA uma espécie de “boneca russa” (p. 1): prevê regras para serviços intermediários que oferecem infraestrutura de rede, tem regras especiais para serviços de alojamento de conteúdos, para plataformas online e para plataformas de grande dimensão.

A este propósito é particularmente relevante atentar no trabalho feito por uma multiplicidade de organizações não governamentais (ONG). Participantes ativas no processo de consulta, coube-lhes apelar e (tentar) influenciar os decisores para a necessidade de garantir que o que é impedido offline não possa ser permitido online, nomeadamente no que diz respeito aos discursos de ódio, à falta de transparência dos algoritmos, à necessidade de assegurar a independência dos *trusted flaggers* e de os dotar com instrumentos técnicos capazes de monitorizar a moderação de conteúdos online⁶.

⁶ Um exemplo de uma tomada de posição conjunta de 39 organizações não governamentais pode ser consultado em *Digital Services Act: Appeal From European NGOs to the Members of the European Parliament and the Representatives of Member States of the European Union* (Lei dos Serviços Digitais: Apelo das ONG Europeias aos Deputados do Parlamento Europeu e aos Representantes dos Estados-Membros da União Europeia; 2021). Também a European Digital Rights, que agrupa 47 organizações não governamentais, tomou posição sobre a matéria.

Igualmente relevante — e indicador da amplitude e importância do que aqui se decide — é a circunstância de as ONG terem libertado um conjunto de documentos que provam a intensidade do *lobbying* feito pelas empresas tecnológicas junto da Comissão, na tentativa de moldar (a seu favor, claro está) a fase final das discussões sobre o DSA e o DMA. Por junto, Google, Amazon, Facebook, Apple, Amazon e Microsoft dispensaram, em apenas um “não”, mais de 27.000.000 € em atividades de persuasão de agentes políticos⁷.

O pecado original está, contudo, há muito cometido: o célere — e porventura imparável — avanço das plataformas e das *telecoms* não foi acompanhado de respostas políticas e legais devidamente harmonizadas no espaço europeu⁸, logo capazes de amortecer a influência dos ubíquos *players* tecnológicos. Leersen (2020) di-lo bem: “na Europa, a política para os média é, largamente, um assunto nacional. Os governos europeus têm repetidamente recusado propostas para a criação de uma autoridade de média supranacional” (p. 29).

O impacto nos direitos humanos e digitais dos utilizadores é mensurável. De acordo com o Ranking Digital Rights (<https://rankingdigitalrights.org/>, um *think tank* sediado nos Estados Unidos que avalia, desde 2016, as políticas e práticas das maiores empresas de tecnologia e de telecomunicações), em 2002, nenhuma das companhias analisadas teve uma cotação superior a 60% (100% é o ponto ótimo). O Twitter (pré-Elon Musk) ocupou o primeiro lugar (56%). A Amazon e a Tencent ficaram nas últimas posições (ambas com 25%).

Há razões profundas para este estado de coisas. Desde que, em 1993, os Estados Unidos decidiram entregar aos privados o investimento na internet (a American Online foi a primeira a perceber o potencial do filão que tinha à sua frente), o salto da *web* 1.0 para a já interativa *web* 2.0 (2004) foi rápido, espetacular e, basicamente, sem regulação pública. Aos poucos, a Europa foi importando o modelo norte-americano, sustentado numa irrevogável premissa: a comunicação é um negócio como qualquer outro (Baumer et al., 2004), sendo apenas relevante defender as liberdades de expressão e de concorrência.

⁷ Ver, a título de exemplo, o texto *Big Tech's Last Minute Attempt to Tame EU Tech Rules* (Tentativa de Última Hora dos Gigantes de Tecnologia de Dominar as Regras da União Europeia; 2022).

⁸ O exemplo mais saliente talvez seja a aprovação pela Alemanha, em 2016, do *Netzwerkdurchsetzungsgesetz*, também conhecido por “NetzDG”, um pacote que exige às plataformas a retirada, no prazo de 24 horas, de expressões relacionadas com discurso de ódio, incitamento ao terrorismo e outros conteúdos de alguma forma ilegais, sob pena de aplicação de pesadas multas pelo Estado germânico.

As ponderações de equilíbrio entre responsabilidade social e competição comercial, que haviam sido aplicadas aos média tradicionais, não foram, por opção política, alargadas à internet. O sucesso mediu-se quase exclusivamente pelos resultados alcançados pelas companhias, numa espécie de admirável mundo novo em que o essencial – a defesa da qualidade do serviço prestado, a utilidade, a relevância e a defesa da vida privada (Hobbs, 2020) – foi abandonado e substituído pela *comodificação*.

Esta circunstância pavimentou o caminho para o aparecimento de grandes conglomerados que previram (e o futuro encarregar-se-ia de sublinhar o acerto da estratégia) um mundo cheio de dólares: a Google arrancou em 1998; em 2004, o Facebook iniciou a era dos média sociais; em 2006, o Spotify alargou a oferta à música; em 2007, a Netflix apostou nos filmes. E por aí adiante, numa panóplia de serviços que hoje são parte integrante da pele das sociedades modernas⁹.

Independentemente do entorno económico e político que se cruzou com a expansão das tecnologias da comunicação e dos novos média, de que são exemplo a crise económica dos anos 90 (Reis et al., 2020), o colapso da União Soviética, a reunificação alemã e o alargamento da UE, talvez tenhamos tomado com excessiva crença e otimismo o processo de digitalização e dataficação enquanto alfa e ómega do que prevíamos que pudesse ser um incremento democrático de monta, capaz de chamar os cidadãos à participação e ação cívicas. Hoje, “observando de longe, assistimos a um misto de excitação e horror” (boyd, 2015, p. 2).

É verdade que, pelo menos desde 2016, tem crescido sobre as plataformas a pressão para adequarem as políticas de moderação às leis nacionais dos países em que têm as suas operações (alicerçado no princípio do “país de origem” enquanto pilar do mercado único digital), ou dos países para os quais expandem o seu negócio, e para cooperarem com os Estados e com os utilizadores em temáticas como, por exemplo, o crescimento dos discursos de ódio online (Ben-David & Matamoros-Fernández, 2016; Cohen-Almagor, 2011; Silva, 2021; Tontodimamma et al., 2021). Por seu turno, o recurso à autorregulação para contornar a imposição de medidas coercivas e a pressão dos parceiros comerciais para evitar ficarem associados a temas polémicos fez com que algumas plataformas (as *big five*, sobretudo) tenham

9 A Google domina 90% do mercado de buscas na Europa, forma com o Facebook um duopólio na publicidade online e outro com a Apple nos mercados das aplicações. A computação em nuvem é controlada pelo “triopólio” Amazon–Google–Microsoft.

dado passos que prenunciam alguma abertura para mostrar o que têm mantido escondido (Kaye, 2022). O Facebook, por exemplo, garante que os seus mecanismos internos são capazes de filtrar 95% das mensagens portadoras de discursos de ódio e desinformação (van Dijck, 2021).

Mas também é verdade que foi a permissividade dos governos e das instituições europeias que deixou campo aberto às plataformas para irem fazendo o caminho que desejavam, o que nos trouxe à situação atual, em que se sente a necessidade de criar mecanismos abrangentes para lidar com todas as dificuldades de uma só vez. A imposição de pesadas multas a alguns dos principais atores¹⁰ tem sido um mero paliativo.

Plataformas e Algoritmos: Os Novos Deuses *Ex-Machina*

Constructos sociais criadores de novas dependências e hierarquias, as plataformas são bazares onde se vende de tudo, incluindo a informação que modela a nossa percepção do mundo. São uma espécie de deuses *ex-machina*, descidos dos céus para organizarem os excessos e a superabundância de acontecimentos típica de um mundo em constante aceleração. Através de uma intrincada dinâmica de serviços postos à disposição dos utilizadores, que se combinam e recombinaem para satisfazer (e induzir) necessidades várias, as plataformas “conseguem governar ecossistemas opacos e complexos em que as conexões são invisíveis aos olhos do público” (van Dijck et al., 2019, p. 8).

Os mecanismos decisivos chamam-se “dataficação” e “comodificação”: a capacidade de os algoritmos interferirem com as funções sociais e democráticas das sociedades digitais, transformando gigantescos circuitos de informação em modelos de negócio baseados na troca de serviços (maioritariamente gratuitos) por dados (maioritariamente gerados pelos usuários; van Dijck et al., 2018). Somos já, em certo sentido, “escravos dos algoritmos” (Edwards & Veale, 2017, p. 20).

Entre outros, Singh (2019) reclama das companhias uma maior proatividade na promoção da justiça, transparência e responsabilidade em torno das decisões tomadas por algoritmos e resultantes da moderação de conteúdos: quantos conteúdos sinalizados pelos usuários foram efetivamente removidos pelas plataformas?; quantos foram erradamente retirados das plataformas?; e, desses, quantos voltaram a ser recolocados na rede? Quantos foram

10 Em 2022, só as sanções aplicadas à Meta de Mark Zuckerberg na União Europeia aproximaram-se dos mil milhões de euros (Reuters, 2022).

sinalizados pelas máquinas e quantos pelos moderadores de pele e osso? “As ferramentas automáticas deviam suplementar, e não suplantar, o papel humano” (Singh, 2019, p. 35).

De facto,

uma moderação de conteúdos é uma espécie de Missão Impossível, dada a quantidade de dados a analisar e os recursos necessários para tal. A Inteligência Artificial apresenta-se como parte da solução, mas a sua falta de “humanidade” é precisamente uma das suas maiores desvantagens. (Barata et al., 2021, p. 4)

Na exata medida em que os algoritmos se transformaram em mediadores de processos supra-organizacionais, automatizando-os ao ponto de estruturarem o comportamento dos utilizadores (Ananny, 2016; Napoli, 2014), hoje, “estudar o mundo é estudar os algoritmos” (Sandvig et al., 2014, p. 5). Olhar para os algoritmos para identificar o que precisamos de saber é tão importante como confiar em especialistas credenciados, no método científico, no bom senso ou na palavra de Deus, ironizam os autores.

Propulsoras da chamada “economia da atenção” (Leersen, 2020, p. 7), as plataformas pretendem “atribuir aos algoritmos uma objetividade superior à dos humanos, mesmo quando estes participam diretamente na criação, treino e desenvolvimentos dos sistemas algorítmicos” (Caplan & Boyd, 2018, p. 3). Um relatório pedido, em 2021, pelo Governo do Reino Unido à consultora Ernst & Young LLP (2021) revela que 16% a 29% do orçamento das grandes plataformas é gasto no desenvolvimento de sistemas automatizados.

Nos média sociais, os algoritmos adaptam-se, de forma incremental, a cada busca e a cada clique. A título de exemplo: o mecanismo de busca do YouTube está concebido para agarrar “o que está a dar”, o mais curioso e o mais “noticioso”. O que significa que as propostas podem mudar radicalmente de um dia para o outro. “Pode mesmo dizer-se que o algoritmo muda do modo Google Search para o modo Google News, regressando a seguir ao primeiro, seguindo um racional diferente para cada um” (Rieder et al., 2018, p. 63).

O caso é diferente quando se cede à velha tentação de prever o futuro. Como, entre outras, mostrou a crise financeira de 2008 (*sub-prime*), minimizada à custa de milhões de milhões de euros dos contribuintes.

Os serviços das caixas negras¹¹ são maravilhosos de se ver, mas a sociedade baseada nessas caixas negras tornou-se perigosamente instável, injusta e improdutiva. Nem os negociadores de Nova Iorque nem os engenheiros da Califórnia podem oferecer-nos uma economia sã e uma sociedade justa. Essas são tarefas da cidadania, que só pode fazer o seu trabalho se entender os riscos [que corre]. (Pasquale, 2015, p. 218)

De resto, os danos causados pela (má) moderação de conteúdos são de monta: aceleração de conteúdos extremistas e desinformação; polarização das audiências através da criação de bolhas de filtro e câmaras de eco (Pariser, 2011); divulgação insuficiente de conteúdos acerca de certos movimentos sociais (Tufekci, 2017); exposição de crianças e outros grupos vulneráveis a conteúdos prejudiciais (Bridle, 2017); amplificação de preconceitos sobre grupos marginalizados (Noble, 2018); entre outros.

O DSA (Regulamento [UE] 2022/2065, 2022) aborda o tema a dois níveis: nos pontos de partida, assunções e enquadramentos para o que mais adiante se apresentará (os chamados “considerandos”) e também em artigos. O Considerando 45 do documento incita os “prestadores de serviços intermediários” a manterem atualizadas, nos seus termos e condições, as informações respeitantes a “quaisquer políticas, procedimentos, medidas e instrumentos utilizados para efeito de moderação de conteúdos, incluindo a tomada de decisões algorítmicas e a análise humana, bem como as regras processuais do respetivo sistema interno de gestão de reclamações” (Regulamento [UE] 2022/2065, 2022, p. 12).

Já no Considerando 69 diz-se que é expressamente proibida a exibição de “anúncios publicitários baseados na definição de perfis (...), utilizando categorias especiais de dados pessoais” (Regulamento [UE] 2022/2065, 2022, p. 19), isto é, recorrendo a algoritmos. Também o Considerando 70 apela às plataformas em linha para assegurarem que “os destinatários do seu serviço estão devidamente informados sobre como os sistemas de recomendação podem afetar a forma como a informação é exibida e como podem influenciar a informação que lhes é apresentada” (p. 19).

A preocupação mais relevante consta no Considerando 81. Ali se diz que a “conceção dos sistemas algorítmicos utilizados pelas plataformas em linha

11 A metáfora da *black box* (caixa preta) foi utilizada por Pasquale (2015). Trata-se, segundo o autor, de “um sistema cujos trabalhos são misteriosos; podemos observar os *inputs* e *outputs*, mas não podemos dizer como aqueles se transformam nestes” (p. 3).

de muito grande dimensão¹² ou pelos motores de pesquisa em linha de muito grande dimensão” (p. 22) pode ter um

impacto real ou previsível do serviço no exercício dos direitos fundamentais protegidos pela Carta [dos Direitos Fundamentais da UE], incluindo, entre outros, o direito à dignidade do ser humano, o direito à liberdade de expressão e de informação, incluindo a liberdade e o pluralismo dos meios de comunicação social, o direito à vida privada, o direito à proteção de dados, o direito à não discriminação, os direitos da criança e a defesa dos consumidores. (Regulamento [UE] 2022/2065, 2022, p. 22)

O documento reconhece, portanto, que os algoritmos podem originar um dos quatro riscos sistémicos explicitados no DSA. Os outros três são: a difusão de conteúdos ilegais¹³ (Regulamento [UE] 2022/2065, 2022, Considerando 80, p. 22), os “efeitos negativos reais ou previsíveis nos processos democráticos, no discurso cívico e nos processos eleitorais¹⁴, bem como na segurança pública” (Considerando 82, p. 23) e a manipulação¹⁵ (Considerando 83, p. 23).

Para uma eficaz avaliação dos riscos sistémicos, o regulamento suscita às plataformas e motores de pesquisa cuidados redobrados sobre

os sistemas ou outros elementos que possam contribuir para os riscos, incluindo todos os sistemas algorítmicos que possam ser relevantes, em especial os seus sistemas de recomendação e os seus sistemas de publicidade, prestando atenção às práticas conexas de recolha e utilização de dados. (Regulamento [UE] 2022/2065, 2022, Considerando 84, p. 23)

12 Todas as plataformas em linha e motores de pesquisa em linha que têm um número médio mensal de destinatários ativos do serviço na União Europeia igual ou superior a 45.000.000.

13 “Difusão de material pedopornográfico ou de discursos ilegais de incitação ao ódio, ou a outros tipos de utilização abusiva dos seus serviços para cometer crimes, e à realização de atividades ilegais” (Regulamento [UE] 2022/2065, 2022, Considerando 80, p. 22), de acordo com o diploma.

14 Alusão óbvia à polémica suscitada pelo alegado uso das redes sociais para influenciar o resultado das últimas eleições nos Estados Unidos.

15 Efeitos negativos reais ou previsíveis na “proteção da saúde pública e nos menores com graves consequências negativas para o bem-estar físico e mental da pessoa ou em matéria de violência com base no género”, bem como “campanhas coordenadas de desinformação relacionadas com a saúde pública ou da conceção de interfaces em linha que possam estimular os comportamentos aditivos dos destinatários do serviço” (Regulamento [UE] 2022/2065, 2022, Considerando 83, p. 23), segundo o diploma.

Detetados tais riscos,

os fornecedores de plataformas em linha de muito grande dimensão e de motores de pesquisa em linha de muito grande dimensão deverão também ser diligentes nas medidas que tomam e, se necessário, adaptar os seus sistemas algorítmicos, nomeadamente os seus sistemas de recomendação. (Regulamento [UE] 2022/2065, 2022, Considerando 88, p. 24)

Isto permitiria atenuar os efeitos negativos das recomendações personalizadas e corrigir os critérios utilizados em tais recomendações.

Dada a relevância atribuída aos efeitos potencialmente causados pelos algoritmos, designadamente “em tempos de crise”¹⁶, o documento prevê, no Considerando 92, a hipótese de as plataformas facultarem a auditores independentes o “acesso a todos os dados e instalações pertinentes necessários para a realização adequada da auditoria, incluindo, quando adequado, os dados relacionados com os sistemas algorítmicos” (Regulamento [UE] 2022/2065, 2022, p. 25).

Esta possibilidade é escarpada no Número 2 do Artigo 34.º (Regulamento [UE] 2022/2065, 2022). De acordo com o articulado, as plataformas e os motores de pesquisa de muito grande dimensão estão obrigados a fazerem, anualmente e a expensas próprias, avaliações de risco aos seus sistemas de moderação de conteúdos, à conceção dos sistemas de recomendação e de qualquer outro sistema algorítmico, aos termos e condições aplicáveis e à sua aplicação, aos sistemas de seleção e exibição de anúncios publicitários e a todas as práticas que envolvam a utilização de dados.

É apenas média a luz que se lança sobre a miríade de questões suscitadas pelo crescente recurso aos algoritmos. Desde logo, não é clara a capacidade que o DSA terá para influenciar o design das plataformas. “Uma coisa é requerer que as companhias criem sistemas alternativos de recomendação, outra coisa é assegurar que apresentem as novas opções de forma justa, honesta e *user-friendly*” (Pershan & Sinder, 2022, para. 8). Acresce que pouco se diz sobre a capacidade, técnica e humana, das equipas que terão a carga

16 Entende-se por “crise” a “ocorrência de circunstâncias extraordinárias passíveis de resultar numa ameaça grave para a segurança pública ou a saúde pública na União [Europeia], ou em grande parte do seu território” (Regulamento [UE] 2022/2065, 2022, Considerando 91, p. 25). Exemplos: conflitos armados, atos de terrorismo, catástrofes naturais, pandemias e outras ameaças transfronteiriças graves para a saúde pública.

as auditorias sobre a transparência algorítmica ou sobre a garantia da sua independência.

A Comissão espera que o grupo de peritos de alto nível sobre inteligência artificial¹⁷ e o Centro Europeu Para a Transparência Algémica¹⁸, ambos ainda sem expressão em quaisquer diretivas (Dreyer et al., 2020), possam contribuir para a monitorização de conteúdos com conhecimentos científicos e técnicos. O facto é que, neste momento, são apenas duas estruturas novas a criar pela própria UE (com processos de contratação de pessoal em curso desde meados de 2022) sobre as quais pouco se sabe, que iniciam trabalho complexo em condições não muito claras e tendo como desafio “interferir” em processos de criação de valor em empresas supranacionais que cresceram à boleia de um sistema regulatório que provou ser pouco eficaz.

Supervisão: Coordenadores, Mas Pouco...

A longa série de obrigações introduzidas pelo DSA está respaldada numa estrutura de supervisão que, dada a importância do que está em causa, corre o risco de ser escassa e, sobretudo, ineficaz na concretização dos objetivos desenhados: melhorar o funcionamento do mercado interno para serviços intermediários; estabelecer regras harmonizadas para um ambiente em linha seguro; facilitar a inovação; e proteger os direitos fundamentais consagrados na Carta dos Direitos Fundamentais da União Europeia (2016).

O sinal mais claro desta (aparente) fragilidade é assumido pela própria Comissão Europeia. O Considerando 141 explicita que a Comissão “deverá poder solicitar as informações necessárias com vista a assegurar a aplicação e o cumprimento efetivos, em toda a União, das obrigações previstas” (Regulamento [UE] 2022/2065, 2022, p. 37) no Regulamento, sendo que, nesse caso, cessam todas as prerrogativas atribuídas às restantes entidades que, a montante, têm a missão de garantir a aplicação do documento.

A Comissão deverá poder exigir, através do exercício dos seus poderes de investigação, pedidos de informação ou entrevistas, acesso a documentos, dados, informações, bases de dados e algoritmos de pessoas pertinentes, e explicações relativas aos mesmos, bem como entrevistar, com o seu consentimento, quaisquer pessoas singulares ou coletivas que possam estar na posse de informações úteis, e

17 Disponível em Comissão Europeia (2022).

18 Disponível em European Commission (s.d.).

registar as declarações prestadas através de quaisquer meios técnicos. (Regulamento [UE] 2022/2065, 2022, Considerando 141, p. 37)

Se a Comissão chama a si estes poderes para “dar início a processos contra os fornecedores de plataformas em linha de muito grande dimensão ou de motores de pesquisa em linha de muito grande dimensão” (Regulamento [UE] 2022/2065, 2022, Considerando 139, p. 37), que poderes restam para as restantes estruturas de supervisão criadas pelo regulamento? Que papel está reservado para os coordenadores de serviços digitais, responsáveis “por todas as matérias relativas à supervisão e execução (...) do regulamento no Estado-Membro que o designou” (Regulamento [UE] 2022/2065, 2022, art. 49, Ponto 2)?

Apesar de o Artigo 51.º da Secção 1 do Capítulo IV (Regulamento [UE] 2022/2065, 2022) fornecer amplos poderes ao coordenador dos serviços digitais, entre eles a possibilidade de impor coimas e sanções pecuniárias, ou mesmo de solicitar a ajuda de autoridades judiciárias, o Artigo 56.º tira-lhes margem de manobra, ao dizer que a Comissão “tem competência exclusiva para supervisionar” as plataformas de motores de pesquisa de muito grande dimensão. O que suscita uma pergunta: por que não se optou pela criação de uma entidade independente e supranacional que supervisionasse tudo, em vez de se distribuir um quinhão de poder pelos coordenadores dos Estados-membros, ficando a Comissão com a fatia de leão?

Propor um reordenamento estruturalmente relevante do enquadramento regulatório e continuar a tomar o ecossistema digital como a soma de várias partes pode resultar numa manutenção da ineficácia global do sistema, seja porque os agentes não conhecem de forma clara os limites das suas competências, seja porque se atropelam na ação. Se algo define o atual ecossistema de produção/circulação de conteúdos é justamente a possibilidade de os utilizadores vaguearem pelas plataformas (Siegel, 2020) à medida dos seus interesses e preferências, reais ou algoritmicamente induzidos.

É também criado um Comité Europeu de Serviços Digitais, composto pelos coordenadores dos serviços digitais que representam cada um dos Estados da UE (cada país tem direito a um voto). Presidido pela Comissão, que não tem direito a voto, trata-se de um grupo consultivo com a missão de supervisionar os prestadores de serviços intermediários. Apoiar a coordenação de investigações conjuntas; analisar relatórios e resultados de auditorias; emitir pareceres e recomendações; aconselhar a Comissão – eis algumas das funções do comité elencadas no Artigo 63.º (Regulamento [UE] 2022/2065, 2022).

É certo que, “comparando com outros países, a UE parece ter um dos mais desenvolvidos quadros regulatórios relacionados com os conteúdos ilegais online e respetiva moderação pelas plataformas” (De Streel et al., 2020, p. 12), mas a eficácia da resposta e o efetivo cumprimento das medidas poderão, dado o intrincado modelo de tomada de decisão desenhado no DSA, ficar aquém do previsto (recorde-se: harmonização das regras a aplicar aos prestadores de serviços, avaliação regular do cumprimento das obrigações aplicadas às plataformas, monitorização dos sistemas algorítmicos, criação de um ambiente seguro online e proteção dos direitos dos consumidores).

A explosão massiva e contínua de conteúdos online parece apontar para a necessidade de as autoridades públicas buscarem alguma complementaridade com entidades privadas. Ou avancem para a criação de uma agência europeia devidamente dotada de meios técnicos e humanos que, respaldada politicamente pela Comissão e pelos Estados-membros, tenha capacidade para impor às plataformas o que está definido no DSA. Jaurisch (2021) propõe um coordenador europeu dos serviços digitais, notando que eventuais conflitos entre os previstos coordenadores digitais (o princípio da subsidiariedade¹⁹ mantém-se como uma estaca da construção europeia), ou entre estes e a Comissão, só beneficiarão as plataformas, “cujas decisões corporativas continuariam a ditar o tom” dos seus modelos de negócio (p. 3).

A experiência acumulada com o Regulamento Digital Sobre a Proteção de Dados suscita, a este propósito, alguma reflexão. A capacidade de o fazer vingar ficou diminuída a partir do momento em que as grandes companhias montaram os seus quartéis-generais na Irlanda, onde a carga fiscal é substancialmente inferior. Como se aplica o princípio do país de origem, as plataformas ficaram apenas sujeitas à legislação em vigor naquele país. “Pode dizer-se que, nos três primeiros anos de aplicação do RGPD [Regulamento Digital Sobre a Proteção de Dados], não se alterou muito o modo como as plataformas lidaram com a proteção de dados” (Jaurisch, 2021, p. 13). No caso do DSA, há um questionável compromisso entre deixar a obrigação do seu cumprimento nas mãos dos Estados-membros, dando, ao mesmo tempo, à Comissão poderes para o executar.

Acresce que a criação de um coordenador europeu, tal como propõe Jaurisch (2021), permitiria olhar para a questão da importância das plataformas como um todo, para a sua estrutura sociotécnica. As plataformas online não

19 Nos domínios em que a União Europeia não possui competência exclusiva, o princípio da subsidiariedade visa proteger a capacidade de decisão e de ação dos Estados-membros. A intervenção da União faz-se apenas nas situações em que os objetivos de uma ação não possam ser suficientemente alcançados, individualmente, pelos Estados.

são simples produtos tecnológicos. “Ativadas por infraestruturas de hardware, alimentadas por dados (muitas vezes gerados por usuários), automatizadas e organizadas por algoritmos, formalizadas através relações de propriedade e monetizadas modelos de negócios” (van Dijck, 2021, p. 325), as plataformas modelam, de facto, a nossa comunicação diária e as nossas tomadas de decisão. É por isso que temos de analisar, simultaneamente, as suas dimensões sociais, técnicas, políticas e económicas.

Erguer um projeto desta envergadura leva tempo, o que, pode argumentar-se, não quadra com a rapidez com que as plataformas atualizam a sua oferta. Mas também é verdade que reorganizar e equipar devidamente os coordenadores de serviços digitais previstos no DSA e os serviços da Comissão que terão a cargo a monitorização das plataformas e motores de pesquisa de muito grande dimensão não é tarefa para curto-prazo. Essa é, aliás, uma das razões pelas quais o regulamento só entra em vigor em pleno em 2024.

Conclusão

As plataformas não são meras distribuidoras de conteúdos – são criadoras ativas de versões de “esferas públicas controladas” (Moore & Tambini, 2018, p. 167), cabendo aos mecanismos que gerem os seus fluxos – os algoritmos – um papel decisivo. Na verdade, os algoritmos são o coração que bombeia boa parte do sangue que alimenta um sistema cuja “significância discursiva” (Laidlaw, 2015, p. 204) é incontestável.

Apesar de mapear algumas das mais proeminentes questões e de propor soluções para os opacos sistemas de recomendação, o DSA fica longe de ultrapassar por completo aquilo a que Gillespie (2018) chama de “obscurecimento obscuro” (p. 174) das plataformas. Há, de resto, um paradoxo que emerge do documento: ao criar um sistema dúbio de verificação e auditoria dos sistemas de recomendação (recorde-se a confusão entre os poderes dos coordenadores digitais e da Comissão, explicitada no Ponto 4 deste texto), o novo regulamento dá folga para que as plataformas procurem em tais fissuras espaços por onde legalmente escapar.

Como ultrapassar isto? Através, por exemplo, de auditorias independentes, como acontece no setor bancário, que consigam avaliar os algoritmos sem aceder aos códigos que os compõem (Burrell, 2016; Pasquale, 2015; Sandvig et al., 2014), de modo a evitar fugas de informação confidencial e decisiva para o negócio das plataformas. Como lembra McGonagle (2021), clarificar os requisitos qualitativos e operacionais que habilitam as auditoras a fazer o

seu trabalho será um cuidado a ter sempre em conta, uma vez que estamos a lidar com temas tão importantes como a liberdade de expressão e o direito à não discriminação. Ou através da criação de um coordenador europeu dos serviços digitais, cujas vantagens foram apontadas acima.

Da análise do DSA, documento necessariamente técnico e burocrático, emerge uma outra preocupação: a implicação do cidadão comum numa temática que tanto lhe diz respeito.

É difícil perceber onde termina a responsabilidade das plataformas e onde começa a responsabilidade dos utilizadores. Talvez por isso mesmo seja necessário dar um passo em frente e assumir uma espécie de “responsabilidade cooperativa” (Helberger et al., 2018, p. 2), de modo a que cada um assuma as suas obrigações no espaço público. São os utilizadores que decidem o tipo de conteúdos que submetem nas plataformas, que tipo de conteúdos partilham e a que tipo de conteúdos decidem expor-se com mais frequência. Ora, se parte do problema poderá estar nos utilizadores, parte da solução também pode (deve) estar.

Restam, neste jogo, as instituições públicas e políticas, a quem compete legislar no sentido de minorar estes problemas. Se olharmos para a moderação de conteúdos, percebemos melhor o alcance da questão: a sua criação e circulação envolvem atores humanos, tecnológicos e institucionais (Crawford & Gillespie, 2016, p. 411). Rumo a uma qualquer solução, talvez seja mais útil perceber qual é o papel de cada parte, em vez de escolher atribuir responsabilidades a uma só.

O balanço entre a liberdade de expressão e outros direitos e/ou interesses legítimos nunca foi fácil. No mundo das plataformas, alcançar esse equilíbrio é ainda mais complexo. Envolver no desafio todos os *stakeholders* (plataformas, utilizadores, reguladores, investigadores académicos, especialistas de várias áreas, ONG, média sociais, média tradicionais, entre outros) pode ser útil na busca de uma solução a longo-prazo.

Podemos, enfim, concluir que

a administração com fins lucrativos desses sistemas opacos e influentes cria riscos inaceitáveis e incontroláveis para a democracia; que a transparência significativa é, nessas circunstâncias, uma falsa esperança – muito menos a responsabilidade – e que, em vez disso, alterações mais fundamentais na propriedade ou nos modelos de negócios

podem ser necessárias, como mudar para serviços de mídia social de propriedade cooperativa ou propriedade pública. (Leersen, 2020, p. 50)

É por este trilho que têm, de resto, seguido os crescentes apelos e manifestos a favor de criação de plataformas públicas, capazes de retomar, com o vigor que a cidadania e as sociedades deliberativas reclamam, a informação enquanto bem público (Mazzucato, 2018; Nicholson et al., 2022; United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization, 2020; Zuckerman, 2022).

Fuchs (2021) vê nas plataformas democráticas e legitimamente governadas instrumentos capazes de “realizar as atribuições do serviço público de comunicação” (p. 21) em matérias tão decisivas como a educação, a cultura e a participação cívica. Habilitadas, e não controladas, pelo Estado, “a criação de tais plataformas (...) é uma boa base para promover a democracia digital, a igualdade digital e a justiça digital” (p. 22), assinala o autor.

Olhar para nós, para os outros e para o mundo é hoje uma tarefa à qual está acoplado o crescente poder das plataformas e a inerente mecânica dos algoritmos. A vida (o)corre, em larga medida, no ecossistema digital, razão pela qual é imperioso interrogá-lo em permanência, na expectativa de que sejamos capazes de, entendendo-o, separarmos o essencial do acessório. Carregado de boas intenções, o DSA carece ainda de uma estrutura operacional que permita escrutinar com rigor e de modo profícuo as causas e consequências do impacto das plataformas no quotidiano dos utilizadores. A questão não é de somenos: quanto maior a nossa dependência das infraestruturas online, maior a necessidade de pugnar pela transparência e *accountability* (responsabilidade) dos “novos governadores”.

Agradecimentos

Este trabalho é financiado por fundos nacionais através da FCT – Fundação para a Ciência e a Tecnologia, I.P., no âmbito do projeto UIDB/00736/2020 (financiamento base) e UIDP/00736/2020 (financiamento programático).

Referências

Ananny, M. (2016). Toward an ethics of algorithms: Convening, observation, probability and timelines. *Science, Technology & Human Values*, 41(1), 93–117. <https://doi.org/10.1177/0162243915606523>

Bajomi-Lázár, P. (2019, 9 de dezembro). *How the web has changed our lives*. <https://identities-behaviour-in-europe.eu/how-the-web-has-changed-our-lives/>

Barata, J., Budzinski, O., Cole, M., De Streel, A., Legder, M., McGonagle, T., Pentney, K., & Rosati, E. (2021). *Unravelling the Digital Services Act package*. European Audiovisual Observatory. <https://su.diva-porta1.org/smash/get/diva2:1605131/FULLTEXT01.pdf>

Baumer, D. L., Earp, J. B., & Poindexter, J. C. (2004). Internet privacy law: A comparison between the United States and the European Union. *Computers & Security*, 23(5), 400–412. <https://doi.org/10.1016/j.cose.2003.11.001>

Ben-David, A., & Matamoros-Fernández, A. (2016). Hate speech and covert discrimination on social media: Monitoring the Facebook pages of extreme-right political parties in Spain. *International Journal of Communication*, 10, 1167–1193. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/3697>

Big tech's last minute attempt to tame EU tech rules. (2022, 23 de abril). Corporate Europe Observatory. <https://corporateeurope.org/en/2022/04/big-techs-last-minute-attempt-tame-eu-tech-rules>

boyd, d. (2015). Social media: A phenomenon to be analyzed. *Social Media + Society*, 1(1), 1–2. <https://doi.org/10.1177/2056305115580148>

Bridle, J. (2017, 6 de novembro). *Something is wrong on the internet*. Medium. <https://medium.com/@jamesbridle/something-is-wrong-on-the-internet-c39c471271d2>

Burrell, J. (2016). How the machine “thinks”: Understanding opacity in machine learning algorithms. *Big Data & Society*, 3(1), 1–12. <https://doi.org/10.1177/2053951715622512>

Caplan, R., & boyd, d. (2018). Isomorphism through algorithms: Institutional dependencies in the case of Facebook. *Big Data & Society*, 5(1), 1–12. <https://doi.org/10.1177/2053951718757253>

Carta dos Direitos Fundamentais da União Europeia, 7 de junho de 2016, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/PDF/?uri=CELEX:12016P/TXT&from=FR>

Cohen-Almagor, R. (2011). Fighting hate and bigotry on the internet. *Policy & Internet*, 3(3), Artigo 6. <https://doi.org/10.2202/1944-2866.1059>

Comissão Europeia. (2022, 7 de junho). *Grupo de peritos de alto nível sobre inteligência artificial*. <https://digital-strategy.ec.europa.eu/pt/policies/expert-group-ai>

Couldry, N., & Mejias, U. (2019). *The costs of connection*. Stanford University Press.

Crawford, K., & Gillespie, T. (2016). What is a flag for? Social media reporting tools and the vocabulary of complaint. *New Media & Society*, 18(3), 410–428. <https://doi.org/10.1177/1461444814543163>

De Streel, A., Defreyne, E., Jacquemin, H., Ledger, M., Michel, A., Innessi, A., Goubet, M., & Ustowski, D. (2020). *Online platform's moderation of illegal content online. Law, practices and options of reform*. European Parliament. [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2020/652718/IPOL_STU\(2020\)652718_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2020/652718/IPOL_STU(2020)652718_EN.pdf)

Digital Services Act: Appeal from European NGOs to the members of the European Parliament and the representatives of member States of the European Union. (2021, 25 de setembro). Media Diversity Institute. <https://www.media-diversity.org/digital-services-act-appeal-from-european-ngos-to-the-members-of-the-european-parliament-and-the-representatives-of-member-states-of-the-european-union/>

Dreyer, S., Heyer, R., Seipp, T. S., & Schulz, W. (2020). *The European communication dis(order). Mapping the media-relevant European legislative acts and identification of dependencies, interface areas and conflicts*. Verlag Hans-Bredow-Institut.

Edwards, L., & Veale, M. (2017). Slave to the algorithm? Why a “right to an explanation” is probably not the remedy you are looking for. *Duke Law & Technology Review*, 16(18), 18–84.

Ernst & Young LLP. (2021). *Understanding how platforms with videosharig capabilities protect users from harmful content*. EY. https://assets.publishing.service.gov.uk/media/610903b2e90e0703bbd94b50/EYUK-000140696_EY_Report_-_Web_Accessible_Publication_2.pdf

European Commission. (s.d.). *European Centre for Algorithmic Transparency*. https://algorithmic-transparency.ec.europa.eu/about_en?etrans=pt

Fuchs, C. (2021). The digital commons and the digital public sphere: How to advance digital democracy today. *Westminster Papers in Communication and Culture*, 16(1), 9–26. <https://doi.org/10.16997/wppc.917>

Gillespie, T. (2018). *Custodians of the internet. Platforms, content moderation and the hidden decisions that shape social media*. Yale University Press.

Helberger, N., Pierson, J., & Poell, T. (2018). Governing online platforms: From contested to cooperative responsibility. *The Information Society*, 34(1), 1–14. <https://doi.org/10.1080/01972243.2017.1391913>

Hobbs, C. (2020). *Digital dilemmas: European regulation and the internet*. European Council on Foreign Relations. https://ecfr.eu/article/commentary_digital_dilemmas_european_regulation_and_the_internet/

Jaurisch, J. (2021, 25 de maio). *The DSA draft: Ambitious rules, weak enforcement mechanisms. Why a European platform oversight agency is necessary*. Stiftung Neue Verantwortung. https://www.stiftung-nv.de/en/publication/dsa-draft-ambitious-rules-weak-enforcement-mechanisms#collapse-newsletter-banner_bottom

Kaye, D. (2022, 13 de junho). *Not just governors: Platform rules and public law*. Centre for International Governance Innovation. <https://www.cigionline.org/articles/not-just-governors-platform-rules-and-public-law/>

Klonick, K. (2018). The new governors: The people, rules, and processes governing online speech. *Harvard Law Review*, 131(6), 1596–1670.

Laidlaw, E. B. (2015). *Regulating speech in cyberspace: Gatekeepers, human rights and corporate responsibility*. Cambridge University Press.

Leersen, P. (2020). The soap box as black box: Regulating transparency in social media recommender systems. *European Journal of Law and Technology*, 11(2), 1–51. <https://doi.org/10.2139/SSRN.3544009>

Mansel, R., & Steinmueller, W. E. (2020). *Advanced introduction to platform economics*. Edward Elgar.

Mazzucato, M. (2018, 27 de junho). Let's make private data into a public good. *MIT Technology Review*. <https://www.technologyreview.com/2018/06/27/141776/lets-make-private-data-into-a-public-good/>

McGonagle, T. (2021). From risk to reward? The DSA risk-based approach to disinformation. In J. Barata, O. Budzinski, M. Cole, A. De Stree, M. Legder, T. McGonagle, K. Pentney, & E. Rosati (Eds.), *Unravelling the digital services act package* (pp. 40–57). European Audiovisual Observatory.

Moore, M., & Tambini, D. (Eds.). (2018). *Digital dominance. The power of Google, Amazon, Facebook and Apple*. Oxford University Press.

Mosco, V. (2006). Do mito do ciberespaço à economia política da comunicação digital. In H. Sousa (Ed.), *Comunicação, economia e poder* (pp. 79–102). Porto Editora.

Napoli, P. M. (2014). An institutional theory perspective on algorithmic media production and consumption. *Communication Theory*, 24(3), 340–360. <https://doi.org/10.1111/comt.12039>

Nicholson, B., Nielsen, P., Sahay, S., & Sæbø, J. I. (2022). Digital public goods platforms for development: The challenge of scaling. *The Information Society*, 38(5), 364–376. <https://doi.org/10.1080/01972243.2022.2105999>

Noble, S. (2018). *Algorithms of oppression. How search engines reinforce racism*. New York University Press.

Pariser, E. (2011). *The filter bubble: What the internet is hiding from you*. Penguin.

Pasquale, F. (2015). *The black box society: The secret algorithms that control money and information*. Harvard University Press.

Pershan, C., & Sinderson, C. (2022, 12 de dezembro). *Why Europe's Digital Services Act regulator needs design expertise*. Tech Policy Press. <https://techpolicy.press/why-europes-digital-services-act-regulators-need-design-expertise/>

Pickard, V. (2021). From the ashes: Imagining a post-comercial future for media. *The Political Economy of Communication*, 9(1), 79–83

Regulamento (UE) 2022/1925 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 14 de setembro de 2022 (2022). <http://data.europa.eu/eli/reg/2022/1925/oj>

Regulamento (UE) 2022/2065 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 19 de outubro de 2022 (2022). <https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2022/2065/oj>

Reis, R., Bação, P., Correia, I. H., Valério, N., Varejão, J., Tavares, J., Aguiar-Conraria, L., & Ferreira, J. A. (2020). *Crises na economia portuguesa*. Fundação Francisco Manuel dos Santos. <https://ffms.pt/pt-pt/estudos/crises-na-economia-portuguesa>

Reuters. (2022, 28 de novembro). Meta recebe nova multa de 265 milhões de euros por falhas de privacidade na EU. *Público*. <https://www.publico.pt/2022/11/28/tecnologia/noticia/meta-recebe-nova-multa-265-milhoes-euros-falhas-privacidade-ue-2029479>

- Rieder, B., Matamoros-Fernández, A., & Coromina, Ò. (2018). From ranking algorithms to 'ranking cultures': Investigating the modulation of visibility in YouTube search results. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 24(1), 50–68. <https://doi.org/10.1177/1354856517736982>
- Sandvig, C., Hamilton, K., Karahalios, K., & Langbort, C. (2014). *Auditing algorithms: Research methods for detecting discrimination on internet platforms* [Apresentação de comunicação]. 64th Annual Meeting of the International Communication Association, Seattle, Estados Unidos.
- 72 horas online. Portugueses passam mais tempo na internet do que a dormir. (2021, 6 de julho). Marketeer. <https://marketeer.sapo.pt/72-horas-online-portugueses-passam-mais-tempo-na-Internet-do-que-a-dormir>
- Siegel, A. (2020). Online hate speech. In N. Persily, & J. A. Tucker (Eds.), *Social media and democracy. The state of the field, prospects for reform* (pp. 56–88). Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/9781108890960>
- Silva, M. (Ed.). (2021). *Discurso de ódio, jornalismo e participação das audiências*. Almedina.
- Singh, S. (2019, 22 de julho). *Everything in moderation. An analysis of how internet platforms are using artificial intelligence to moderate user-generated content*. New America. <https://www.newamerica.org/oti/reports/everything-moderation-analysis-how-internet-platforms-are-using-artificial-intelligence-moderate-user-generated-content/>
- Tontodimamma, A., Nissi, E., Sarra, A., & Fontanella, L. (2021). Thirty years of research into hate speech: Topics of interest and their evolution. *Scientometrics*, 126, 157–179. <https://doi.org/10.1007/s11192-020-03737-6>
- Tufekci, Z. (2017). *Twitter and tear gas: The power and fragility of networked protest*. Yale University Press.
- United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. (2020). *Information as a public good: 30 years of the Windhoek Declaration*. https://en.unesco.org/sites/default/files/wpfd_2021_concept_note_en.pdf
- van Dijck, J. (2016). *La cultura de la conectividad: Una historia crítica de las redes sociales* (H. Salas, Trad.). Siglo Veintiuno Editores. (Trabalho original publicado em 2013)
- van Dijck, J. (2021). Governing trust in European platform societies: Introduction to the special issue. *European Journal of Communication*, 36(4), 323–333. <https://doi.org/10.1177/02673231211028378>
- van Dijck, J., Nieborg, D., & Poell, T. (2019). Reframing platform power. *Internet Policy Review*, 8(2), 1–18. <https://doi.org/10.14763/2019.2.1414>
- van Dijck, J., Poell, T., & Waal, M. (2018). *The platform society. Public values in a connective world*. Oxford University Press.
- Zuckerman, E. (2022, 30 de junho). *The good web*. Stanford Social Innovation Review. https://ssir.org/articles/entry/the_good_web