

UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO
INSTITUTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE JORNALISMO

LUCAS MARTINS MIRANDA

**OS DESAFIOS DA DEMOCRACIA NO BRASIL NO CONTEXTO DAS FAKE
NEWS E DO FENÔMENO DA DESINFORMAÇÃO NO TELEGRAM**

Monografia

Mariana

2023

LUCAS MARTINS MIRANDA

**OS DESAFIOS DA DEMOCRACIA NO BRASIL NO CONTEXTO DAS FAKE
NEWS E O FENÔMENO DA DESINFORMAÇÃO NO TELEGRAM**

Monografia apresentada ao curso de Jornalismo da Universidade Federal de Ouro Preto como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Jornalismo.

Orientador: Prof. Marcelo Freire

Mariana

2023

SISBIN - SISTEMA DE BIBLIOTECAS E INFORMAÇÃO

M672d Miranda, Lucas Martins.

Os desafios da democracia no Brasil no contexto das fake news e do fenômeno da desinformação no Telegram. [manuscrito] / Lucas Martins Miranda. - 2023.

37 f.: il.: color., gráf., tab..

Orientador: Prof. Dr. Marcelo Souza.

Monografia (Bacharelado). Universidade Federal de Ouro Preto. Instituto de Ciências Sociais Aplicadas. Graduação em Jornalismo .

1. Telegram (Firma). 2. Desinformação. 3. Notícias falsas. 4. Polarização (Ciências sociais). I. Souza, Marcelo. II. Universidade Federal de Ouro Preto. III. Título.

CDU 007(81)

Bibliotecário(a) Responsável: Essevalter De Sousa - Bibliotecário Coordenador
CBICSA/SISBIN/UFOP-CRB6a1407



FOLHA DE APROVAÇÃO

Lucas Martins Miranda

Os desafios da democracia no Brasil no contexto das fake news e do fenômeno da desinformação no Telegram

Monografia apresentada ao Curso de Jornalismo da Universidade Federal de Ouro Preto como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Jornalismo

Aprovada em 30 de março de 2023

Membros da banca

Prof. Dr. Marcelo Freire Pereira de Souza - Orientador (Universidade Federal de Ouro Preto)
Profa. Dra. Debora Cristina Lopez - (Universidade Federal de Ouro Preto)
Profa, Dra. Natália Moura Cortez- (Universidade Federal de Ouro Preto)

Prof. Dr. Marcelo Freire Pereira de Souza, orientador do trabalho, aprovou a versão final e autorizou seu depósito na Biblioteca Digital de Trabalhos de Conclusão de Curso da UFOP em 02/05/2023



Documento assinado eletronicamente por **Marcelo Freire Pereira de Souza, PROFESSOR DE MAGISTERIO SUPERIOR**, em 02/05/2023, às 14:46, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site http://sei.ufop.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **0517794** e o código CRC **E4C15768**.

RESUMO

Esta pesquisa tem como principal objetivo analisar de forma detalhada o fenômeno da desinformação e como suas ramificações estão diretamente associadas ao processo de desvalorização da democracia, partindo do pressuposto de uma polarização política e social inserida através dos disparos de mensagens de aplicativos como o Telegram. Teoricamente, a pesquisa busca costurar o conceito de desinformação, segundo Claire Wardle e Hossein Derakhshan, com as estratégias de comunicação política para a disseminação de fake news no Brasil, de acordo com Tatiana Dourado e Wilson Gomes. Em paralelo, vamos nos aprofundar na maneira em que as notícias falsas perpassam nas redes sociais, seguindo as análises de Tatiane Dourado em sua tese defendida para o doutorado. Dessa forma será feita uma análise dos links compartilhados dentro de um grande canal do Telegram, da extrema-direita do Brasil, com um recorte de 5 dias (22/08/2022 a 26/08/2022) do período eleitoral para eleição presidencial de 2022. Focado na análise da pesquisa, foi feita de forma manual uma planilha que irá auxiliar o processo de interpretação da parcela de texto observada, a fim de apresentar um padrão de estrutura de notícias através de operadores jornalísticos (comprovação, persuasão, descrição e relevância jornalística). E ainda definir de forma empírica como as fake news representam uma peça fundamental para formação de opinião pública no Brasil.

Palavras-chave: Desinformação, polarização, fake news, Telegram.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Levantamento, feito pelo Núcleo de Jornalismo, do número de inscritos nos canais de personalidades políticas do Telegram.....	18
Figura 2 - Print da coluna dos links da tabela de coleta.....	23
Figura 3 - Print do relatório disponibilizado pela ferramenta Crowd Tangle, no dia 3 de março de 2023.....	24
Figura 4 - Gráfico retirado da tabela feita por mim para coletar os links disparados.....	25

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Tabela feita para coletar os links disparados no Telegram.....	21
Quadro 2 - Apresentação da amostra do conteúdo dos links considerados fake news.....	26
Quadro 3 - Apresentação da amostra do conteúdo dos links que não foram considerados fake news.....	26
Quadro 4 - Apresentação da amostra do conteúdo dos links considerados inconclusivos.....	28

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	05
1. FAKE NEWS E COMUNICAÇÃO POLÍTICA	07
2.1 Desinformação	09
2. PLATAFORMAS SOCIAIS, POLARIZAÇÃO E DEMOCRACIA	14
3.1 Meios de comunicação e democracia	14
3. METODOLOGIA	20
4.1 Objeto de Pesquisa	20
4.2 Procedimento para Análise Metodológica	21
4.3 Análise Metodológica	22
CONCLUSÃO	32
REFERÊNCIAS	34

INTRODUÇÃO

Dentro dos caminhos que envolvem a análise desta monografia para obtenção do título de Bacharel em Jornalismo, deve-se observar que a escolha deste objeto de pesquisa -os links divulgados em um canal de extrema direita do Telegram- se deu através da minha percepção sobre o papel da desinformação política na eleição de 2018. E também após fazer uma entrevista para a Rádio UFOP Educativa, com o professor Marco Antônio Souza Alves, sobre a circulação de notícias falsas no Brasil. Neste viés, iremos apresentar quais foram as problemáticas no campo das *fake news* e da comunicação política e social no Brasil, que se consolidaram para dar início a essa pesquisa.

Atreladas à intenções políticas ou comerciais, as notícias falsas sempre estiveram no cotidiano global da humanidade, seja para a criação de teorias da conspiração como por exemplo, a de que o homem nunca teria pisado na Lua; ou seja ela para ganhar uma eleição política presidencial, como aconteceu no Brasil em 2018 e nos Estados Unidos em 2016. Marco Antônio Souza Alves e Emanuella Ribeiro Halfed Maciel (2019) lembram, em seu artigo “*Fake news: definição, combate e contexto*”, que a filósofa Hannah Arendt, em um texto publicado no ano de 1967, para o jornal The New Yorker, afirmou que a atividade política nunca teve a verdade como uma de suas virtudes. E ainda que em um contexto de capitalismo digital, o termo *fake news*, se define como:

O fenômeno contemporâneo das fake news só pode ser devidamente compreendido nesse contexto como produção de ‘informação de combate’, voltada para corroborar narrativas pré-estabelecidas e fortalecer uma determinada posição, pouco importando a qualidade do trabalho de investigação ou de apuração dos fatos. (ALVES et. al., 2019, p.8).

Sendo assim, o objetivo principal desta pesquisa é entender como as *fake news* e o fenômeno da desinformação, podem impactar diretamente a democracia de um país polarizado, analisando os links disparados em um canal de extrema-direita do Telegram, dentro do período eleitoral de 2022.

Dessa forma, o primeiro capítulo da pesquisa busca contextualizar o conceito de *fake news* enquanto estratégias de comunicação política, trazendo para a análise estudos de casos relacionados às informações falsas que ocorreram durante as campanhas eleitorais de alguns candidatos à presidência. Além disso, observa-se a necessidade de explicar como as estratégias da extrema-direita estão diretamente ligadas a ataques a jornalistas no Brasil.

Neste mesmo capítulo também vamos nos aprofundar no conceito de desinformação e entender suas ramificações e diferenças com o termo *fake news*, buscando entender quem são e quais são os agentes por trás dessa poluição dos fatos e ainda vamos identificar quais são os

padrões de estruturação do corpo de texto da maioria dos conteúdos problemáticos, hoje compartilhados.

Diante da contextualização dos termos que envolvem *fake news*, comunicação política e desinformação, observa-se a necessidade de conectar estes pontos com a compreensão das estratégias de disseminação das notícias falsas nas redes sociais, especificamente nos aplicativos de mensagem instantânea. Nesse viés, de acordo com o artigo “*A circulação da (des)informação no Whatsapp e no Facebook*”, “o declínio da confiança nas notícias veiculadas pela grande mídia foi terreno fértil para o aumento das *fake news*, que atuaram fortemente na produção de conteúdos sobre as campanhas” (BAPTISTA et. al., 2019, p.1).

Partindo dessa conjuntura, a ideia de explorar o fenômeno da desinformação e o processo de disseminação das *fake news* através de aplicativos de mensagens instantâneas, se materializou ao perceber que grande parte da população brasileira faz uso destes aplicativos, seja WhatsApp ou Telegram, e os utilizam como meio de acesso à informação pública e política. Dessa forma, o segundo capítulo consiste em analisar o modo em que as redes sociais se instauraram no Brasil e como os algoritmos têm o poder de determinar dinâmicas de circulação de conteúdo, criando bolhas sociais dentro de um contexto político.

Pensando em objetivos gerais, a pesquisa deste *corpus* se baseia em esclarecer pontos cruciais entre estratégias de comunicação política e disseminação de conteúdo falso através de links compartilhados em um canal de extrema direita do Brasil, dentro do Telegram. Ademais, torna-se necessário também, entender como esse aplicativo se tornou uma das principais plataformas para o compartilhamento deste tipo de conteúdo e de discurso de ódio propagado por líderes da extrema-direita global, analisando os links compartilhados.

Por conseguinte, diante de todos os conceitos estabelecidos, o último capítulo traz de forma prática, a execução da análise do objeto escolhido para esta pesquisa: 31 links disparados em 5 dias, dentro de um canal público de extrema-direita do Telegram (Fechados com Bolsonaro 2022)¹. Neste capítulo, além de buscar o aprofundamento dos conceitos de validação de notícias, seguindo operadores jornalísticos que confirmam a veracidade de um conteúdo ou não, cabe a identificação de uma possível padronização relacionada à estrutura do corpo de texto dos links disparados.

Em suma, este objeto de estudo tem como foco, analisar, como a desinformação utilizada como estratégia de comunicação política, pode moldar opiniões públicas, enfraquecendo a democracia de um país tomado pela polarização digital.

¹ Disponível no [link](#).

1. FAKE NEWS E COMUNICAÇÃO POLÍTICA

Nos últimos anos, reservou-se (e, com isso, popularizou-se) o termo *fake news* para designar os relatos factuais que inventam ou alteram os fatos que narram e que são disseminados, em larga escala, nas mídias sociais, por pessoas interessadas nos efeitos que eles poderiam produzir, principalmente os relatos inventados, alterados e difundidos com propósitos políticos. Sendo assim, o termo tem como potencial gerar engano ou desinformação, porque faz com que indivíduos assumam como verdadeiro aquilo que é mentiroso, sendo capaz de induzir as pessoas à ignorância.

Nesse sentido, observa-se que quando nos deparamos com o meio comunicacional político, a produção e disseminação de informação falsa, (seja ela inventada ou modificada) capaz de privilegiar algum lado que está em disputa, se torna coextensiva desde a existência das eleições. Na mesma direção, Tatiana Dourado e Wilson Gomes, no artigo “*O que são, afinal, fake news, enquanto comunicação política?*” asseveram que:

É plausível imaginar que boa parte da energia despendida na comunicação política em ambiente competitivo sempre envolveu a invenção de história e a disseminação de boatos, pelos mais diferentes meios e com os mais variados propósitos imediatos, a fim de criar ou destruir imagens públicas de atores políticos, produzir medo na plebe ou no eleitorado ou induzir comportamentos e atitudes dos interessados nas disputas políticas. (DOURADO, Tatiana; GOMES, Wilson. 2019, p.4).

Como dito, essas informações ou boatos quando inventados, sem necessariamente se basear em algum fato ocorrido, podem desencadear um papel importante em determinados cenários eleitorais. Como também um fato distorcido, uma história aumentada, ou alteração intencional do ocorrido acarretam em interpretações equivocadas. No Brasil, esse tipo de situação ocorre desde antes da eleição dos Estados Unidos que elegeu Donald Trump para a Casa Branca em 2016, que de fato consolidou a era das *fake news*, quando demonstra suas práticas de campanha eleitoral digital alinhadas às novas técnicas de propaganda política e manipulação da opinião pública, como uso da fábrica de trolls² e distribuição de mensagens segmentadas através dos processos de big data³.

Em 2014, nas eleições presidenciais do Brasil, a disseminação de conteúdo falso na internet ocorreu de forma exorbitante entre os candidatos da época. Dentre os diversos boatos

² Disponível no [link](#).

³ Segundo a Lisa Arthur, contribuidora da revista Forbes, em seu artigo “*What Is Big Data?*”, diversos CMO’s (Chief Marketing Officer) e CIO’s (Chief Information Officer) concordam que Big Data é todo e qualquer dado que pode ser coletado sobre uma empresa ou um assunto. É uma coleção de informações de fontes tradicionais e digitais internas e externas à sua empresa, que representam uma fonte de descoberta e análise contínuas.

que surgiram com a intenção de difamar o Partido dos Trabalhadores (PT), representado pela ex-presidenta Dilma Rousseff, vale destacar alguns casos que tomaram proporções diversas. Um por exemplo, foi a invenção de que o partido teria trago 50 mil haitianos⁴ com título de eleitor para votar nas eleições; ou que no primeiro turno, os votos no candidato Aécio Neves não estariam sendo computados; ou o boato que o ex- Lula e seu filho seriam os donos da Friboi⁵ (uma das maiores indústrias de alimentos do mundo), relacionando com uma operação da polícia federal, chamada de Vaca Gorda. Todos estes casos se conectam a várias outras mentiras espalhadas em grupos de whatsapp, facebook e demais redes sociais, até os dias atuais, sempre com a intenção de difamar ou vangloriar uma personalidade política e moldar a opinião dos seguidores/participantes destes canais.

Assim, é aceitável imaginar que uma grande quantidade de energia gasta na comunicação política em um ambiente competitivo sempre envolveu a criação de narrativas e a propagação de rumores por diversos meios, com diversos objetivos imediatos, seja para construir ou destruir a imagem pública de atores políticos, gerar medo na população ou eleitorado, ou influenciar comportamentos e atitudes dos envolvidos nas disputas políticas. Dourado (2019) salienta que “a verdade ou falsidade de uma história, portanto, está relacionada à possibilidade de que certas narrativas factuais expressam ou não os fatos reais a que se referem”.

O termo “news” se refere a notícia, àquilo que está inserido hodiernamente ao jornalismo em relação aos fatos habituais. Ou seja, conteúdo de credibilidade e valor que se opõem a qualquer tipo de boato ou situação onde não existe pesquisa/apuração dos acontecimentos.

Com isso, se implica aqui a autoridade e a credibilidade da instituição do jornalismo e dos seus processos de produção de relatos autorizados e dotados de credibilidade sobre os fatos da realidade. Não são quaisquer relatos falsos, mas contrafações do próprio jornalismo. (DOURADO et. al., 2019, p.9).

De encontro, determina-se que um dos pilares para a descredibilização da mídia tradicional no último governo (2019-2022), é o fato de que a profissão está diretamente ligada às narrativas factuais sobre a atualidade, retratando aquilo que está acontecendo no mundo e principalmente o que está envolvendo a política governamental dos Estados, e não por se tratar de conteúdo tendencioso como afirmou inúmeras vezes o ex-presidente Bolsonaro. Dessa forma, é plausível imaginar, que nos últimos 4 anos, uma das estratégias comunicacionais dos políticos de extrema-direita do Brasil, esteve associada a ataques ao jornalismo e aos profissionais de quaisquer emissoras do país.

⁴ Disponível através do [link](#).

⁵ Disponível através do [link](#).

No dia 7 de abril de 2022 (dia do Jornalista), o jornal Brasil de Fato, publicou uma matéria⁶ que relata o número de ataques sofridos por estes profissionais. De acordo com a pesquisa feita pela Federação Nacional dos Jornalistas (Fenaj), em 2021 foram contabilizados 430 casos de violência contra os profissionais da área. O Relatório da Violência contra Jornalistas e Liberdade de Imprensa⁷ mostra que 2021 foi o segundo ano consecutivo com recorde de registros desde que a série histórica começou a ser feita, na década de 1990. Em 2020, foram 428 casos.

Segundo o relatório, Jair Bolsonaro foi o principal agressor em 2021. Sozinho ele foi responsável por 147 casos (34,19% do total), sendo 129 episódios de desacreditização da imprensa (98,47% do total de registros desse tipo de violência) e 18 agressões verbais. É o terceiro ano seguido que Bolsonaro é o maior agressor em casos registrados pela Fenaj. A pesquisa converge, portanto, no papel que o jornalismo está disposto a representar para acabar com a desvalorização da profissão, da informação e da pesquisa.

A partir dessa perspectiva de transição política do ex-governo para as plataformas digitais e a desacreditização da mídia tradicional, entende-se que a vida online mostra uma facilidade na produção de conteúdo, possibilidades de distribuição extremamente segmentada para o público-alvo, capacidade de circulação sem controle de conteúdo nos smartphones, e ainda uma extrema maleabilidade e reprodutibilidade dos materiais digitais. Dessa forma, podemos identificar que essa facilidade de compartilhamento de informação exacerba uma perspectiva de dificuldade quando falamos sobre o combate às *fake news* no campo político e em quaisquer outros.

“Se a objetividade e a neutralidade estão irremediavelmente perdidas, o que é bom para nós é verdade e o verdadeiro é tão somente o que é bom para nós” (DOURADO et. al., 2019). Ou seja, o ponto factual prezado pelo jornalismo imparcial, independe, pois somente aquilo que está ao meu gosto será considerado verdade. Assim, quando a direita justifica que a estratégia utilizada por eles -os meios de comunicação alternativos- são simplesmente uma saída dos meios tradicionais tendenciosos, além de contribuir para uma polarização dos indivíduos, faz com que a comprovação ou o olhar sob outra perspectiva, se torne nula.

1.1 Desinformação

Como dito, o termo “fake news” se popularizou nos últimos anos, e além de ter sido apropriado por atores políticos para insultar reportagens/organizações cuja a cobertura não lhes agrada, essa expressão têm servido também para minimizar e desacreditizar emissoras locais,

⁶ Disponível através do [link](#).

⁷ Disponível através do [link](#).

regionais, nacionais e globais. Portanto, a critério de validação deste conteúdo, este tópico servirá para identificarmos às variações do termo “desinformação” e entendermos quem são e quais são os agentes por trás dessa poluição dos fatos e ainda pensarmos qual o tipo de linguagem estamos vivenciando para que justifique o consumo gritante de notícias falsas no Brasil.

Claire Wardle, Pós-Doutora e Diretora Executiva da First Draft, que se dedica a encontrar soluções para os desafios associados à confiança e à verdade na era digital e Hossein Derakhshan um escritor e pesquisador iraniano-canadense (o pioneiro dos blogs no Irã no início dos anos 2000), no trabalho “*INFORMATION DISORDER: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making*” evidenciam durante a descrição de toda a pesquisa que:

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, Claire; DERAKHSHAN, Hossein. 2017. p.5)”.

Seguindo a perspectiva abordada pelos autores, salienta-se que dentro dos campos da poluição informacional, há a existência de três variações do termo desinformação (os termos estão em inglês, portanto não há uma tradução específica para cada um deles. Todos estão ligados à expressão “desinformação” utilizada no português).

Mis-information: ocorre quando informações falsas são compartilhadas, mas não há intenção de prejudicar algo. Para ilustrar esse campo pode-se fazer o uso de reportagens que divulgaram a morte de determinado indivíduo (que não estaria morto), e você compartilha por se tratar de assunto de alto interesse público, mas sem a intenção de atacar ou prejudicar a família da vítima.

Dis-information: ocorre quando informações falsas são conscientemente manipuladas para causar danos ou favorecer uma pessoa, um grupo, um país ou um governo. Um exemplo claro, que ilustra este tipo de transtorno da informação aconteceu durante às eleições presidenciais do Brasil, em 2018, quando Jair Bolsonaro afirmou que uma das promessas de campanha de seu opositor, Fernando Haddad, seria distribuir nas escolas infantis uma “mamadeira de piroca”⁸, em prol do projeto Escola sem homofobia.

⁸ Disponível no [link](#).

Mal-information: ocorre quando fatos são compartilhados para causar danos, geralmente envolvendo informações que não deveriam ser destinadas à esfera pública. Podem ser adicionados a esse grupo, discursos de ódio e falas que envolvam qualquer religião, como por exemplo, um dos slogans da campanha de Bolsonaro em 2018, foi a defesa da família tradicional brasileira (composta por um homem, uma mulher e filhos héteros).

De encontro, observa-se que a poluição da informação está associada à intenção dos agentes, tanto produtores quanto disseminadores, pressupõem que a pergunta que explique a ação destes indivíduos está diretamente relacionada a sua motivação. Estas que podem ser direcionadas à quatro principais fatores: Financeiro: lucrar com a desordem da informação por meio da publicidade; Político: Descredibilizar um candidato político em uma eleição e outras tentativas de influenciar a opinião pública; Social: Conectando-se com um determinado grupo online ou offline; e Psicológico: Buscando prestígio ou reforço (WARDLE et al., 2017. p.5).

E quanto aos receptores, a análise deve ser feita de maneira interpretativa, respondendo às perguntas: Quando a mensagem foi recebida, como eles interpretaram? Qual ação, se houver, eles tomaram? E para conseguirmos responder estas questões, a princípio devemos entender qual o local comunicacional estamos inseridos e de que maneira os usuários/consumidores podem interpretar determinada mensagem por mais persuasiva que ela possa ser.

Portanto, a de se pensar que este transtorno de informação que temos vivenciado desde o início da globalização mundial, nos acompanhe até o fim da era digital, pois simplesmente divulgar informações de qualidade não solucionaria a interpretação dos indivíduos. Mas para conseguirmos combater essa estratégia de manipulação, precisamos entender quais são os cursos pelos quais estas mensagens perpassam.

Os agentes estão envolvidos nas três fases da cadeia da informação – criação, produção e distribuição – e têm motivações diversas. A criação, que é quando a mensagem é pensada e desenvolvida; a produção, quando a mensagem se torna um produto midiático; e a distribuição, como o próprio nome já diz, quando a mensagem passa para a etapa de disseminação para as comunidades. Diante disso, em sua pesquisa Wardle (2017), salienta que, os motivos ao qual devemos dar a importância a estes campos, são:

O agente que cria o conteúdo é muitas vezes fundamentalmente diferente do agente que o produz. Por exemplo, as motivações do mentor que 'cria' uma campanha de desinformação patrocinada pelo Estado são muito diferentes daquelas dos 'trolls' mal pagos encarregados de transformar os temas da campanha em postagens específicas. E uma vez que uma mensagem é distribuída, ela pode ser reproduzida e redistribuída infinitamente, por muitos agentes diferentes, todos com motivações diferentes. (WARDLE, Claire; DERAKHSHAN, Hossein. 2017, p.24).

Em uma era de globalização, onde grande parte da sociedade tem autonomia para ser um editor em potencial, qualquer indivíduo pode ser considerado o agente criador de notícias falsas. Fazendo com que o ciclo -criador, produtor e receptor- se torne sem fim, pois a mesma pessoa que recebe a mensagem, pode alterá-la, tornando-se o produtor. Dessa forma, as mensagens podem ser comunicadas pessoalmente (via fofocas, discursos, etc.), em texto (artigos de jornal ou panfletos) ou em material audiovisual (imagens, vídeos, infográficos, áudio editado, memes, etc).

Na grande maioria dos casos, essas deturpações de informação são produzidas (quando relacionadas a estratégia de comunicação partidária) por profissionais que utilizam métodos comunicacionais conhecidos, como (WARDLE et al., 2017): chamadas alarmantes de mensagens que sequer têm haver com tema que está sendo tratado no corpo do texto, simplesmente para aumentar o número de cliques; alteração da ordem dos fatos, fazendo com que a interpretação dos receptores seja induzida; fazem pesquisas de palavras-chave sobre determinado assunto, a fim de um melhor ranqueamento dos anúncios pagos em plataformas de pesquisas, como o Google e o Meta; ou criam canais em aplicativos de mensagens instantâneas para disparar links para o maior número de pessoas diretamente com apenas uma ação, como é o caso do objeto em análise desta pesquisa.

Dessa forma, o conteúdo problemático que é melhor ranqueado nas redes é aquele que joga com as emoções das pessoas, estimulando sentimentos de superioridade, raiva ou medo. Isso porque esses fatores impulsionam o compartilhamento entre pessoas que desejam se conectar com suas comunidades online causando o que podemos denominar de “bolhas sociais”. O relatório da *Rand Corporation* de julho de 2018⁹, que tem como foco central analisar o impacto das propagandas russas nos ecossistemas de informação da Europa e outros lugares, identificou quatro principais características que compõem o corpo de texto destas propagandas:

1- Volumoso e multicanal; quando o conteúdo permeia várias redes ao mesmo tempo com um número potencialmente prejudicial.

2- Rápido, contínuo e repetitivo; o conteúdo é de fácil entendimento (leitura rápida, sem muito aprofundamento) e massante (se vê muitas vezes dentro de canais diversos), geralmente é direcionado para o mesmo grupo de pessoas.

3- Não comprometido com a realidade objetiva; como dito anteriormente, pode ser que a mensagem não corresponda ao verdadeiro sentido, sendo alterado algum direcionamento ou mudando o foco.

⁹ Disponível no [link](#)

4- Inconsistente com suas mensagens; conteúdo 100% inventado, onde nenhuma informação apresenta embasamento ou apuração dos fatos.

Seguindo essa linha de pensamento, a grande maioria destas mensagens são direcionadas a públicos específicos que as consomem diariamente, pelo motivo de compacturarem com o conteúdo fornecido, seja porque existe a defesa de princípios relacionados à religião, a partidos políticos ou a questão cultural. Dessa forma, deve-se analisar o modo como os indivíduos receptores se comportam dentro das redes sociais, e também se os meios são responsáveis por essa facilidade de disseminação dessas mensagens e como os algoritmos (impulsionadores de interação) são fundamentais para o ecossistema das bolhas sociais.

2. PLATAFORMAS SOCIAIS, POLARIZAÇÃO E DEMOCRACIA

O segundo capítulo desta pesquisa, consiste em analisar o modo em que as *fake news* em congruência com a comunicação digital e as mídias sociais são utilizadas e consumidas para consolidar a polarização política. A proposta é entender o modo em que a informação circula dentro das redes sociais -passando de forma geral pelo Facebook e recortando para os aplicativos de mensagens instantâneas como Telegram e WhatsApp.

Assim, ao esclarecer estes pontos, é de suma importância vincular os movimentos dos usuários/eleitores dentro dessas redes sociais com a estratégia de comunicação política utilizada por candidatos da extrema-direita incentivando a polarização entre os indivíduos. Colocando em cena, uma visão maniqueísta baseada no conflito do “bem contra o mal” no meio partidário.

2.1 Meios de comunicação e democracia

O início da chamada Era digital no século XX, originou-se do preceito de conectar os indivíduos geolocalizados através de canais ou listas de amigos para que eles pudessem interagir entre si de forma rápida e prática em qualquer lugar do mundo. Hoje em dia, observa-se que o avanço tecnológico, além de se consolidar com uma comunicação globalizada e instantânea, também apresenta uma facilidade de personalização do nicho de pessoas, ao qual o indivíduo quer estar por perto ou dentro de seu ciclo de interação.

Em sua tese de doutorado “*Fake News na Eleição 2018*”, apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Culturas Contemporâneas, pela Universidade Federal da Bahia, Tatiana Galvão Dourado, afirma que a autonomia disponibilizada para os usuários de ver em suas *timelines* aquilo que eles consideram favoráveis e excluir de sua vida digital aquilo que lhe agrada, pode ser um fator impactante para o fluxo informativo e para o comportamento político online.

Do ano de 2001 até os dias atuais, alguns sites de redes sociais -LinkedIn (2003), Flickr (2004), Orkut (2005), Reddit (2005), Youtube (2005), Facebook (2004/2006), Twitter (2006), WhatsApp (2009), Instagram (2010)- se destacaram como os pioneiros da categoria e as características principais se mantiveram -como a interação com outros usuários- e outras se modificaram -como algumas terminologias e migrações para outros servidores.

Um exemplo dessas mudanças foi o termo “sites de redes sociais” que se transformou em “plataformas de mídias sociais”, isso porque, segundo Anne Helmond, em seu artigo “*The Platformization of the Web: Making Web Data Platform Ready*”, um estudo feito sobre a transição do Facebook para essa “plataformização” -termo utilizado pela autora- a personalização do conteúdo que ficava na timeline dos usuários era feita manualmente pelo próprio indivíduo. E com a transição para softwares (sistemas programáveis e reprogramáveis), foi possível prever de acordo com os dados apurados nos formulários de cadastro e interação do usuário, o que ele gostaria de ver dentro daquela plataforma.

Essa automação, prevista para identificar quais são os gostos e desgostos do usuário e definir uma teia social somente com aquilo que vai a seu favor, é conhecida como algoritmo, e pode gerar consequências quando o relacionamos ao contexto político e cultural de um país. A perspectiva assumida por Tarleton Gillespie, em sua análise “*The relevance of algorithms*” no livro *Media Technologies*, evidencia que:

Os algoritmos de recomendação mapeiam nossas preferências em relação a outros usuários, trazendo ao nosso encontro sugestões de fragmentos novos ou esquecidos da cultura. Eles gerenciam as nossas interações em sites de redes sociais, destacando as novidades de um amigo enquanto excluem as novidades de outro. (GILLESPIE, 2018, p. 95).

De maneira objetiva, os algoritmos são uma espécie de curadoria de conteúdo, que apresentam ao usuários, assuntos e/ou pessoas relevantes -de acordo com o seu próprio engajamento dentro da plataforma digital- que tenham gostos semelhantes aos do indivíduo em questão. Dessa forma, o algoritmo tem um papel fundamental que determina quais publicações devem aparecer para cada usuário e em qual ordem.

A última atualização de grande impacto no algoritmo do Facebook e que gerou polêmica, por exemplo, foi no ano de 2018, segundo Mark Zuckerberg, Diretor Executivo da plataforma, o objetivo da mudança foi de aumentar as relações entre os familiares e amigos, priorizando no feed de todos os usuários, o aparecimento de publicações compartilhadas apenas por amigos próximos, deixando em segundo plano publicações de grandes empresas e veículos jornalísticos.

De tal modo, fez com que ocasionasse a saída de alguns canais de relevância no cenário jornalístico dentro dessa rede social, como o caso do jornal *Folha de São Paulo*, que um dia após o anúncio da alteração, afirmou em seu site, que não iria mais fazer a atualização de conteúdos em sua página na plataforma, por considerar que “a rede social agia para diminuir a visibilidade do jornalismo profissional, permitindo que post com notícias falsas proliferassem e se misturassem com informações sérias”.

O retorno¹⁰ para o Facebook, aconteceu somente 3 anos depois, em 2021, quando a plataforma fez uma nova modificação em seu algoritmo e oficializou o combate a desinformação dentro da rede social. Uma das modificações feitas, foi a de rever o livre acesso de políticos, mesmo em possíveis violações de regras de discurso de ódio da empresa, o que gerava acusações de condescendência com os poderosos. O jornal *The Wall Street Journal*, no mesmo ano, publicou um dossiê¹¹ com reportagens sensacionalistas e que continham discurso de ódio e desinformação, veiculadas no Facebook. Com base nas considerações, vale ressaltar que o foco maior foi direcionado para o Facebook, pois dentre as redes sociais em uso, até o presente momento desta pesquisa, ela foi a única que sofreu um impacto tão alarmante em sua atualização de algoritmos.

Nessa vertente, os aplicativos de mensagens instantâneas (foco principal desta pesquisa), também são peças fundamentais quando o assunto é disseminação de conteúdo, mentiroso ou não. O Telegram, criado em 2013, é um serviço russo de mensagens instantâneas com armazenamento em nuvem e acessibilidade em dispositivos móveis (smartphones e tablets), computadores e aparelhos baseados na web. O aplicativo tem mais de 700 milhões de usuários ativos mensais e é um dos 10 aplicativos mais baixados do mundo, de acordo com a sua página oficial.

Para se cadastrar e ativar a sua conta, o usuário utiliza o seu número de celular e o seu e-mail, como feito também no seu maior concorrente, o aplicativo mais utilizado no mundo, WhatsApp. Entre as duas plataformas, existem diferenças específicas desde o objetivo exposto durante a criação dos aplicativos à propriamente políticas de privacidade que envolvem ambos. O site *Terms Of Service - Didn't Read (ou ToSDR)*¹² fornece informações instantâneas sobre os principais pontos dos termos e condições dos serviços de internet mais populares do mundo. O portal nos permite identificar os riscos aos quais expomos nossas informações, classificando as plataformas de “A” à “E”, sendo a primeira letra muito bem protegida e a última pouco protegida, no tocante ao não compartilhamento de dados com outros canais.

Nessa plataforma, o Telegram está classificado como nota "B", o que significa que os dados coletados pelo aplicativo não são compartilhados com outras redes. O único ponto que se mostra negativo, de acordo com ToSDR, é o fato do aplicativo alterar os termos de privacidade a qualquer momento, sem aviso prévio aos usuários. Enquanto o WhatsApp, aplicativo que faz parte de uma rede de outros aplicativos como o Facebook e o Instagram (Meta), tem a sua classificação como nota “C”.

¹⁰ Disponível no [link](#).

¹¹ Disponível no [link](#).

¹² Disponível no [link](#).

Outra grande diferença entre os dois concorrentes é referente ao número de usuários, que podem estar no mesmo grupo/comunidade. Na plataforma do Meta, o número máximo de pessoas que podem entrar em um grupo é de 256 participantes (até a presente data desta pesquisa 12/2022). Já no Telegram, um grupo pode atingir o número máximo de até 200 mil usuários, podendo também se criar um “canal” onde o número de participantes é ilimitado. De acordo com o FAQ da plataforma¹³, um canal se define como:

...uma ferramenta para transmitir mensagens para grandes públicos. Na verdade, um canal pode ter um número ilimitado de inscritos. Quando você publica em um canal, a mensagem é assinada com o nome e a foto do canal e não com o seu. Cada mensagem em um canal tem um contador de visualizações que é atualizado quando a mensagem é visualizada, incluindo as cópias encaminhadas da mensagem.

No meio político, essas diferenças podem ter sido vistas com bons olhos pela direita, já que grande parte dos políticos no mundo migraram para o Telegram, por falta de moderação diante da plataforma com os seus usuários ou pela facilidade em transmitir informações ou desinformações para o maior número de pessoas possíveis dentro de um só canal. Vale ressaltar, que mediante a definição aplicada ao termo “canal”, vamos nos referir ao objeto desta pesquisa, a partir deste ponto dessa maneira, e não mais como grupo.

Um exemplo sobre a falta de moderação para com os usuários, são os canais públicos extremistas espalhados pelo mundo que exploram a teoria conspiratória como o QAnon, grupos de supremacistas brancos como os Proud Boys¹⁴, ou os 46 canais neonazistas¹⁵ encontrados pelo Núcleo de Jornalismo Inteligente sobre redes sociais.

Em paralelo, de acordo com o Núcleo, site que cobre dados dos impactos das redes sociais na vida das pessoas, Jair Bolsonaro inaugurou o seu canal na plataforma em janeiro de 2021. Em dezembro do mesmo ano após a abertura de sua conta em uma pesquisa de acompanhamento¹⁶ realizada pelo Núcleo, confirmou-se que na contramão de outros líderes mundiais, o canal do presidente Jair Bolsonaro disparou 145% (de 415 mil para mais de 1 milhão de inscritos), o que o tornara, no período, o chefe de Estado com mais seguidores na plataforma entre perfis verificados.

¹³ Disponível no [link](#).

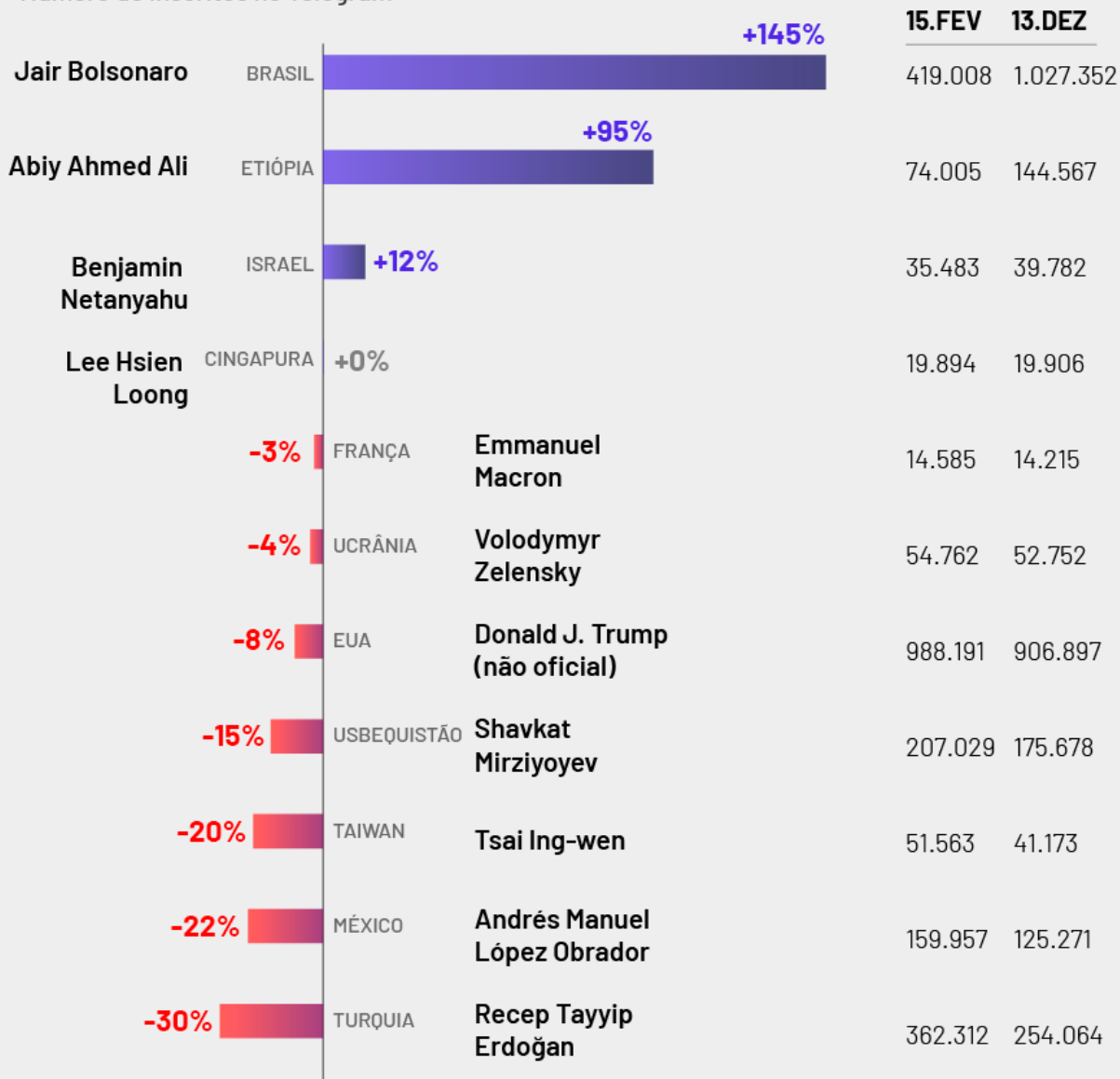
¹⁴ Disponível no [link](#).

¹⁵ Disponível no [link](#).

¹⁶ Disponível no [link](#).

Líderes mundiais no Telegram

Número de inscritos no Telegram



Fonte: Telegram/Levantamento Núcleo Jornalismo.

Nota: Trump deixou a presidência dos EUA em 20.jan.2021

NÚCLEO

Figura 1: Levantamento, feito pelo Núcleo de Jornalismo, do número de inscritos nos canais de personalidades políticas do Telegram.

Em 2022, ocorreu o primeiro indicativo de que os conteúdos extremistas no Brasil estariam sendo moderados no Telegram. Uma ordem do ministro do Supremo Tribunal Federal (STF) Alexandre de Moraes, confirmou que se o aplicativo não cumprisse as determinações judiciais feitas pelo ministro, o mesmo seria bloqueado em todo o país -entre elas, indicar um representante no Brasil, bloquear mais canais ligados a Allan dos Santos¹⁷ e apagar uma mensagem do canal de Jair Bolsonaro de 2021, que linkava um inquérito sigiloso da Polícia Federal relacionado à invasão hacker ao Tribunal Superior Eleitoral (TSE).

Em maio do mesmo ano, o maior canal de apoiadores do ex-presidente, com 67 mil participantes, o grupo de ultra-direita “*Supergrupo B Oficial*”, foi bloqueado da plataforma temporariamente. O motivo específico não foi divulgado, entretanto, o grupo teria divulgado, semanas antes, conteúdos que afirmavam fraude eleitoral¹⁸ nas urnas eletrônicas.

Durante o tempo de pesquisa deste trabalho, dois dos três canais que estive vinculado ao Telegram, foram bloqueados por tempo indeterminado por decisão do Tribunal de Justiça Eleitoral, foram eles: “*Exército Bolsonaro*” (42.322 membros) e “*Eu Sou Direita*” (47.871 membros).

Tendo em vista os aspectos abordados neste capítulo, observa-se portanto, que o Telegram, por se tratar de um aplicativo de disparo de mensagens instantâneas que preza pela privacidade das conversas de seus usuários, independente do conteúdo exposto, tornou-se um terreno fértil para a disseminação de discurso de ódio e principalmente de desinformação política aguda.

¹⁷ Allan dos Santos é um blogueiro bolsonarista alvo de dois inquéritos no Brasil, um relacionado a milícias digitais antidemocráticas e outro relacionado a disseminação de *fake news*. Disponível no [link](#).

¹⁸ Disponível no [link](#).

3. METODOLOGIA

O quarto capítulo desta monografia, tem o intuito de apresentar a metodologia utilizada para a análise do objeto. Esta etapa irá identificar, quais foram os critérios para escolha do canal analisado, qual o recorte feito e os motivos que levaram esta pesquisa ser realizada. Em seguida, há a descrição dos procedimentos metodológicos que foram utilizados para a coleta dos links. Por fim, a última etapa trará a análise de cada uma das matérias compartilhadas, apresentando os critérios que definirão qual o estágio elas se encontram, e se existe de fato uma padronização de estrutura textual nestes links.

3.1 Objeto de Pesquisa

Para entendimento específico do objeto de análise, e ainda a conexão com as etapas metodológicas, deve-se primeiro, entender como se deu o recorte do objeto analisado: 31 links compartilhados em um período de 5 dias (do dia 22/08/2022 a 26/08/2022) dentro de 1 canal de extrema-direita do Telegram.

Sendo assim, partindo do pressuposto que a base comunicacional de Bolsonaro e de seus apoiadores são as mídias de comunicação social digital, a análise parte das mensagens compartilhadas no canal “*Fechados com Bolsonaro 2022*” (40.541 membros). O canal foi escolhido de acordo com o número de integrantes e também pelo número de links compartilhados diariamente (7 em média) por seus administradores dentro do período estipulado. O período foi definido de acordo com o começo da campanha eleitoral de 2022, pegando a primeira semana de entrevistas dos candidatos à presidência, dadas ao Jornal Nacional.

Diante de tais considerações, com o intuito de verificar a qualidade da informação e ainda identificar algum padrão de desinformação nos links compartilhados dentro deste canal, a análise partirá de operadores jornalísticos fundamentais para a definição de notícia. Sendo eles: Comprovação dos Fatos: se existe algum meio comprobatório dentro do texto divulgado, como por exemplo, fontes seguras de algum órgão público; Descrição: se existe relato dos fatos, apresentando toda a fala de algum personagem, sem se apegar a uma frase específica retirada de contexto; Relevância: se o veículo de comunicação que está divulgando a notícia tem credibilidade no cenário jornalístico.

Permitindo a interpretação dos dados e a extração dos significados, discutiremos a respeito de como a notícia falsa é apenas um dos componentes jornalísticos, capaz de formar a opinião de indivíduos. Além de evidenciar que a educação digital, em caráter de checagem de informações inverídicas, é a saída para o bom desenvolvimento e aprimoramento do exercício da democracia.

3.2 Procedimento para Análise Metodológica

Rafael Cardoso Sampaio e Diógeneses Lycarião em seu livro “*Análise de Conteúdo Categorical: Manual de Aplicação*” sintetizam no trecho abaixo as principais características que fazem parte do termo “análise de conteúdo:

Como buscaremos defender, compreendemos que: análise de conteúdo é uma técnica de pesquisa científica baseada em procedimentos sistemáticos, intersubjetivamente validados e públicos para criar inferências válidas sobre determinados conteúdos verbais, visuais ou escritos, buscando descrever, quantificar ou interpretar certo fenômeno em termos de seus significados, intenções, consequências ou contextos.

Entende-se, portanto, a necessidade de usar esta metodologia, por se tratar de um conceito fundamentado na codificação manual, onde as estratégias de análise do conteúdo são baseadas no aprofundamento humano de determinada parcela de texto. Assim, observa-se a necessidade de verificar também (quantitativa e qualitativamente) os padrões existentes dentro dos links, com o objetivo de descrever o conteúdo das mensagens, além de identificar informações sobre as condições em que os links foram produzidos/recebidos.

Dessa forma, o *corpus* analisado na pesquisa refere-se a um conjunto de dados linguísticos e sistematizados, referente aos disparos no canal citado acima. Portanto, observa-se que para coleta dos links foi necessário a elaboração de uma tabela (construída manualmente)¹⁹ separada em 12 colunas (desde a letra “B” à letra “M”) como mostra na figura abaixo:

Data	Link	Título	Chacado	Agência	Fontes	Status	Tipo informação falsa	Não foi verificado	Fontes	Dados	Citação
22/08/2022	https://www.zeppatual.com/bolsonaro-aleicoes-jornal-nacional-globo	Bolsonaro no Jornal Nacional: Jornalista revela estratégia da Globo contra o Presidente	Não	-	-	Inconclusivo	Não fornece dados, sem comprovação da análise feita. As citações trazidas no texto não são de especialistas e não geram credibilidade ao leitor	Materia traz a análise de um jornalista sobre uma possível abordagem do Jornal Nacional contra Bolsonaro e comentários de internautas sobre a campanha do presidente no dia da entrevista.	Jornalista Ed Raposo (não especifica em empresa ele trabalha) e alguns comentários de internautas.	Não existe	"O jornalista acredita que os apresentadores vão fazer de tudo para desestabilizar o Chefe do Etnoco
22/08/2022	sem link	Vídeo compartilhado dentro do grupo	Sim	Laura Azeiteiro	-	Sim	-	Vídeo que mostra Bolsonaro fazendo oração antes de entrevista ao Jornal Nacional é de 2018.	-	-	-
22/08/2022	https://www.zeppatual.com/silas-alafta-denuncia-silas-et-superstar	Ativador! Silas Malafias desveia Lula em resposta ao petista "Boca de cachaca"	Não	-	-	Sim	Retira fala de apoiador do conteúdo e cria cenário ilusório com apoiador rebatendo a parte do texto citada.	Com parte da fala do ex-presidente retirada de contexto e interpretação parcial de quem escreveu a desinformação, o texto ainda traz citações do Pastor Silas Malafias confundendo Lula em interpretações também fora do contexto.	Pastor Silas Malafias e o ex-presidente Lula	-	"O Pastor Silas Malafias detona ex-presidente Lula após o descredenciado ter feito críticas e crueldades."
22/08/2022	https://www.zeppatual.com/brasil-bolsonaro-apoiadores-aleicoes	Multidão de conservadores ao Projac para receberem Bolsonaro	Não	-	-	Inconclusivo	Afirma preparação de manifestação, porém não utiliza nenhum recurso comprobatório.	Tanto afirma que apoiadores de Bolsonaro estavam planejando nas redes sociais um recebimento caloroso ao atual presidente na porta dos estúdios Globo e ainda que a emissora não comentara sobre o acontecimento que não aconteceu.	Não há fontes que afirmam essa hipótese. Não há também imagens ou algum tipo de ação comprobatória quanto ao caso.	-	"Nas redes sociais já se fala em organização de pessoas para fazer uma manifestação na porta do P em favor de Bolsonaro. Ademais, previsto é de que tenhamos a mais massificação da história na port Projac."
22/08/2022	https://www.zeppatual.com/bolsonaro-aleicoes-jornal-nacional-globo	Bora viralizar esse vídeo robotada. Compenha pra geral. Vídeo da apresentadora Renata Vasconcelos	Sim	Azeiteiro	-	Sim	Vídeo do JN de 2020 sobre "digo em casa" é editado para encerrar "para	-	-	-	-

Figura 2: Print da tabela feita para coletar os links disparados no Telegram.

¹⁹ Tabela disponível para melhor visualização no [link](#)

Da letra “B” à letra “G”, foram utilizadas colunas que descrevessem algum link já verificado por alguma agência de checagem do Brasil. Nessa situação a escolha das agências de checagem se deu por fator de relevância nacional (Lupa, Aos Fatos e Fato ou Fake). À partir da coluna “J” até a coluna “M”, o objetivo foi para que elas descrevessem os acontecimentos reportados através dos links, as fontes utilizadas, os dados e citações feitas pelo autor das supostas notícias. A coluna “N” foi designada para os link de matérias que contrapunham e/ou traziam o mesmo acontecimento de maneira completa, expondo todos os fatos.

As colunas “H” (Status) e “I” (Tipo de informação), são pontos de ligação entre dois campos do processo (Checado e não-chechado). De modo que a coluna “Status”, no cabeçalho da tabela, tem o objetivo de identificar qual o estágio do link analisado. Podendo ser: Falso (é falso o conteúdo); Verdadeiro (conteúdo verdadeiro); Inconclusivo (não apresenta operadores jornalísticos que comprovem o acontecimento registrado).

A coluna “Tipo de informação falsa”, destaca qual foi o critério analisado para identificar o “Status” do link verificado, ou seja, é com base nesta coluna que vamos observar quais foram os padrões e como os acontecimentos disparados têm parcialidade e não apresentam fontes seguras para a verificação dos fatos.

3.3 Análise Metodológica

No processo de coleta do objeto em análise, foram consideradas todas as mensagens (que continham links) disparadas no grupo “*Fechados com Bolsonaro 2022*” durante o período de entrevistas dos candidatos à presidência dadas ao Jornal Nacional, dos dias 22/08/2022 à 26/08/2022. Vale ressaltar, que todo o levantamento foi feito de forma manual e foram evitadas mensagens que continham somente vídeos e não direcionava os participantes para nenhum outro canal.

Como dito, a média diária de disparos deste grupo são de 7 mensagens, portanto para verificação dos mesmos foi considerado os indicativos de a) conferência do conteúdo compartilhado em algumas das três agências de checagem escolhidas para esta pesquisa em questão (Lupa, Aos Fatos e Fato ou Fake). Esta foi feita detalhadamente no site de cada uma das iniciativas supracitadas, através de palavras-chave e filtro de datas, e de b) confirmada a não-verificação do *corpus*, a análise será feita com base em operadores jornalísticos que caracterizam uma notícia. Dessa forma, os links compartilhados foram abertos e todo o conteúdo exposto foi checado em outros veículos jornalísticos de relevância nacional, e que continham imparcialidade política.

Assim, o levantamento de todas as mensagens disparadas no grupo, aponta a existência de 31 links que contam diferentes acontecimentos, porém todos eles direcionam os participantes para a mesma página online (newsatual.com)²⁰.

2	Data	Link	2	Data	Link	2	Data	Link	2	Data	Link	2	Data	Link	2	Data	Link			
3	22-08-2022	https://www.newsatual.com/bolona-in-direcao-somai-sacatual-2022	8	23-08-2022	https://www.newsatual.com/somai-e-paisai-bolona-2022	12	23-08-2022	https://www.newsatual.com/palmeiras-milanes-bolona-2022	16	24-08-2022	https://www.newsatual.com/bolona-e-milanes-2022	20	25-08-2022	https://www.newsatual.com/bolona-e-milanes-2022	24	26-08-2022	https://www.newsatual.com/bolona-e-milanes-2022	28	26-08-2022	https://www.newsatual.com/bolona-e-milanes-2022
4	22-08-2022	Sem link	9	23-08-2022	https://www.newsatual.com/bolona-e-milanes-2022	13	24-08-2022	https://www.newsatual.com/bolona-e-milanes-2022	17	24-08-2022	https://www.newsatual.com/bolona-e-milanes-2022	21	25-08-2022	https://www.newsatual.com/bolona-e-milanes-2022	25	26-08-2022	https://www.newsatual.com/bolona-e-milanes-2022	29	27-08-2022	https://www.newsatual.com/bolona-e-milanes-2022
5	22-08-2022	https://www.newsatual.com/bolona-e-milanes-2022	10	23-08-2022	https://www.newsatual.com/bolona-e-milanes-2022	14	24-08-2022	https://www.newsatual.com/bolona-e-milanes-2022	18	24-08-2022	https://www.newsatual.com/bolona-e-milanes-2022	22	25-08-2022	https://www.newsatual.com/bolona-e-milanes-2022	26	26-08-2022	https://www.newsatual.com/bolona-e-milanes-2022	30	27-08-2022	https://www.newsatual.com/bolona-e-milanes-2022
6	22-08-2022	https://www.newsatual.com/bolona-e-milanes-2022	11	23-08-2022	https://www.newsatual.com/bolona-e-milanes-2022	15	24-08-2022	https://www.newsatual.com/bolona-e-milanes-2022	19	24-08-2022	https://www.newsatual.com/bolona-e-milanes-2022	23	25-08-2022	https://www.newsatual.com/bolona-e-milanes-2022	27	26-08-2022	https://www.newsatual.com/bolona-e-milanes-2022	31	27-08-2022	https://www.newsatual.com/bolona-e-milanes-2022
7	22-08-2022	https://www.newsatual.com/bolona-e-milanes-2022																		

Figura 3: Print da coluna dos links da tabela de coleta²¹

O site em questão tem contas em quase todas as plataformas digitais em alta na atualidade (Facebook, Instagram, YouTube e Twitter), além de ter domínio do canal do Telegram analisado nesta pesquisa. Todos os perfis, juntos, somam aproximadamente 104.710 seguidores, sendo: 40.541 no Telegram; 61.200 no YouTube; 669 no Instagram; 2.300 no Facebook. O canal do YouTube onde se encontra o maior número de seguidores, não contém nenhum conteúdo até a presente data desta pesquisa (12/2022).

A critério de uma busca mais avançada do site (newsatual.com), foi feita uma pesquisa na ferramenta Crowd Tangle, com o objetivo de descobrir se a página tem algum vínculo com outras que propagam desinformação no país. Esta ferramenta facilita o acompanhamento, a análise e a geração de relatórios sobre o que está acontecendo com o público nas mídias sociais, através de insights públicos da empresa Meta.

Dentre as funções que a plataforma disponibiliza, nesta pesquisa, de acordo com o recorte priorizado no objeto de análise, utilizamos uma extensão do Google Chrome, que facilita a identificação da frequência que o link *newsatual.com* foi compartilhado, quem compartilhou e o que eles disseram. Entretanto, estes números fazem referência aos disparos feitos entre as redes: Facebook, Twitter e Instagram, e não têm relação com o Telegram.

²⁰ Disponível no [link](#).

²¹ Tabela disponível para melhor visualização no [link](#)

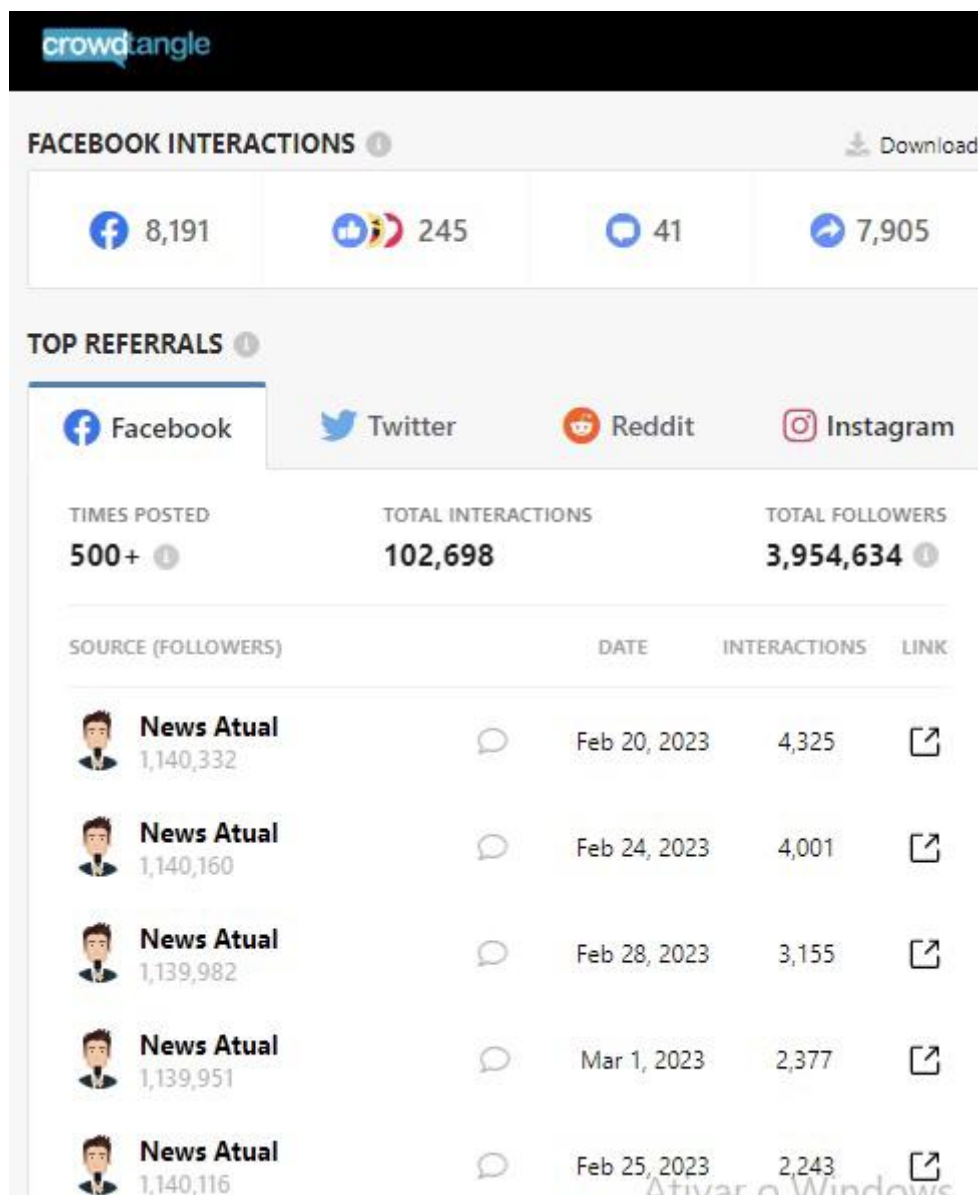


Figura 4: Print do relatório disponibilizado pela ferramenta Crowd Tangle, no dia 3 de março de 2023

Dos links coletados, foram detectadas apenas 3 verificações dos fatos, nas agências Lupa e Aos Fatos. Destes, todos foram comprovados como *fake news*, de acordo com os critérios de checagem das agências²² e com os operadores jornalísticos destacados nesta pesquisa. O outro link checado foi considerado inconclusivo, pois o conteúdo exposto no site não contém os números mentirosos verificados pelas agências, entretanto o texto além de não citar nenhuma fonte que poderia comprovar a informação dada, afirma situações desmentidas por outros veículos de comunicação.

Os métodos de verificação dos fatos utilizados pelas agências, Lupa e Aos Fatos, de acordo com o site de cada uma delas, são baseados em: a primeira, ramifica a verificação em três

²² Disponível nos links: [Aos Fatos](#) e [Lupa](#)

etapas, sendo o primeiro identificar quem está falando (dando prioridade para personalidades de destaque nacional), o segundo é a avaliação da relevância do assunto tratado (se é de interesse público ou não), e o último passo investigar qual a proporção do que foi falado (quais veículos cobriram o que foi exposto). Já a agência Aos Fatos, entende que para se fazer um análise comprobatória deve-se primeiro, analisar o conteúdo para entender o que pode estar errado, buscar em fontes confiáveis os fatos e dados para mostrar o que é factualmente correto sobre aquele assunto e, finalmente, publicar uma reportagem que traz a informação verdadeira.

Assim como nesta pesquisa, a agência Aos Fatos utiliza de selos para qualificar o que é fake news (como “Falso”), o que não é (como “Verdadeiro”) e o que está fora de contexto (como “Não é bem assim”). Após essa contextualização, cabe analisarmos os links coletados que ainda não foram checados por nenhuma agência de verificação.

Análise dos links checados

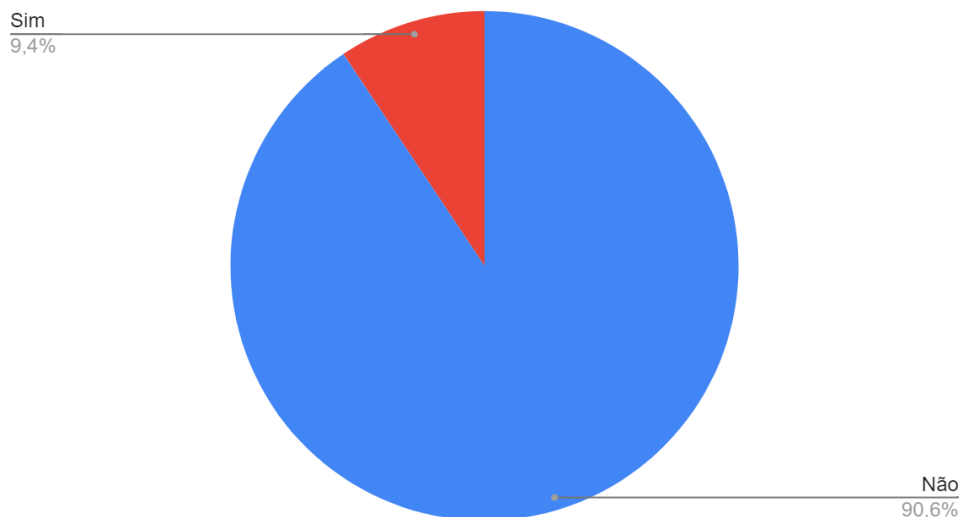


Figura 5: Gráfico retirado da tabela para coletar os links disparados.

Nessa vertente, os outros 28 links levantados na coleta, não foram checados por nenhum canal de verificação durante o período da pesquisa. Portanto, foi-se necessário a análise de todos os conteúdos e a identificação, de acordo com os critérios já apontados, do “Status” dos links analisados. Deste modo, para fazer a análise separamos o *corpus* em três etapas, usadas para delimitar a amostra da pesquisa.

A coleta de todos os links não-checados, foi feita sob os mesmos critérios de análise: leitura de todo o conteúdo abordado; identificação de operadores jornalísticos, como: Comprovação dos Fatos: se existe algum meio comprobatório dentro do texto divulgado, como por exemplo, fontes seguras de algum órgão público; Descrição: se existe relato dos fatos, apresentando toda a fala de algum personagem, sem se apegar a uma frase específica retirada de

contexto; Relevância: se o veículo de comunicação que está divulgando a notícia tem credibilidade no cenário jornalístico. Como forma de facilitar o entendimento, ao final de cada etapa será apresentada uma tabela utilizada para esta pesquisa, somente com a amostra analisada.

Na primeira etapa, abordaremos o status “Falso”, que configura o link como *fake news*. Nesta, foram levantados, dos 28, apenas 2 com fundamentos que se encaixam nos quesitos de conteúdos mentirosos.

Título	Status	Tipo de Informação Falsa
Avassalador! Sila Malafaia destroi Lula em resposta ao petista: “Boca de cachaça” ²³	Falso	Retira fala de Lula de contexto e cria cenário ilusório com apoiador rebatendo a parte do texto citada.
Sérgio Moro se oferece para ser voluntário na entrevista de Lula, entenda ²⁴	Falso	O texto traz informação caluniosa sobre o ex-presidente Lula, relacionado à uma publicação que o juiz Sergio Moro faz em uma rede social.

Aqui, entendeu-se como *dis-information*, os conteúdos que retiraram falas de um candidato de contexto, a fim de criar interpretações falsas em relação ao mesmo e também confirmações sobre conteúdos ironicamente publicados por personalidades políticas nacionais em uma plataforma digital (Twitter). Como o caso da publicação feita por Sérgio Moro, onde foi construída uma narrativa no link analisado em cima deste acontecimento.

A segunda etapa, referente ao “Verdadeiro”, da coluna Status, configura que os links analisados não são *fake news* e não se encaixam em nenhum modelo de desinformação. Sendo 6 links coletados.

Título	Status	Acontecimento
Cai por terra narrativa de que Luciano Hang defendia golpe de Estado, entenda	Verdadeiro	Matéria afirma que mensagens que comprovariam que Luciano Hang teria declarado apoio ao golpe de Estado teriam "caído por terra" após empresário ter

²³ Disponível no [link](#)

²⁴ Disponível no [link](#)

		mostrado áudio de conversa com repórter do jornal Metrópole que publicou a notícia.
Milton Neves detona William Bonner : “Conseguiu falar mais que o entrevistado”	Verdadeiro	Texto mostra a opinião de um jornalista (Milton Neves) sobre a postura do apresentador William Bonner durante a entrevista com Bolsonaro e relata alguns comentários de internautas
Carlos Bolsonaro sobe o tom e detona imprensa: “Torce abertamente para o ladrão”	Verdadeiro	O texto expõe a opinião do filho do atual presidente criticando a oposição e a maneira como Lula é visto pela Rede Globo.
Âncora da Band diz que Brasil tem o direito de saber quem é o lado lunático da história: Moraes ou empresários	Verdadeiro	O texto somente expõe a opinião de um jornalista da Band (Eduardo Oinegue) sobre a decisão tomada por Alexandre de Moraes em relação à autorização que o mesmo autorizou aos empresários que haviam feito comentários sobre o que afetava a democracia.
Jornalista corajoso diz que Jornal Nacional parece “Interrogatório em delegacia de polícia”	Verdadeiro	O texto traz duras análises feitas pelo jornalista JR Guzzo, em relação às entrevistas mediadas pelo Jornal Nacional com os candidatos à presidência.
Bolsonaro e Lula frente a frente no primeiro debate, confira detalhes	Verdadeiro	Texto somente afirma que acontecerá um debate entre os candidatos a presidência, e destaca que Bolsonaro e Lula e estarão frente à frente

Vale ressaltar que os links que se configuram como não mentirosos, são conteúdos rasos, identificados a partir de relevância jornalística, onde o redator somente replica um acontecimento, ou expõe a opinião de uma determinada personalidade política de extrema direita (sempre através de uma publicação feita no Twitter, e nunca de falas de entrevistas dadas ao portal).

A terceira e última etapa do processo, diz respeito ao status “Inconclusivo”, onde foram apresentados conteúdos que a priori desenvolveram um padrão de produção peculiar. Os links restantes (20), se enquadram como inconclusivos, pois apresentaram uma série de fatores que desqualificam uma reportagem jornalística. Como por exemplo: não apresentar fontes claras, não priorizar a imparcialidade, expondo os dois lados do acontecimento, não apresentar comprovações teóricas, através de números, especialistas ou entrevistas e principalmente utilizar como critério de credibilidade, comentários de internautas/pessoas públicas no Twitter, para validar a maioria dos conteúdos publicados.

Título	Status	Tipo de Informação Falsa
Bolsonaro no Jornal Nacional: Jornalista revela estratégia da Globo contra o Presidente	Inconclusivo	Não fornece dados, nem comprovação da análise feita. As citações trazidas ao texto não são de especialista e não geram credibilidade ao leitor.
Desconcertado após entrevista com Bolsonaro, William Bonner ignora Ivete Sangalo	Inconclusivo	Matéria afirma que Bonner teria ignorado Ivete Sangalo após entrevista com Bolsonaro, porém cita de acordo com internautas que o motivo teria sido o bom desempenho do atual presidente durante a entrevista.
Página de checagem mostra afirmações falsas de Lula no Jornal Nacional	Inconclusivo	Matéria divulga checagem da entrevista do ex-presidente Lula ao Jornal Nacional. Porém não coloca links de comprovação somente expõe o que não foi verdadeiro na fala do entrevistado.
Multidão de conservadores no Projac para recepcionar Bolsonaro	Inconclusivo	Afirma preparação de manifestação, porém não utiliza nenhum recurso comprobatório.
Bolsonaro joga “isca” e Anitta cai e ajuda o presidente sem saber, entenda	Inconclusivo	Não apresenta fontes e faz indagações interpretativas sobre o conteúdo divulgado.
Bolsonaro debocha do PT após TSE negar pedido de Lula: “Resolva com o PCC”	Inconclusivo	Não apresenta comprovações sobre o caso exposto, somente comentários de Jair Bolsonaro sobre.

André Janones é desmascarado por ex-assessor	Inconclusivo	Não apresenta os dois lados da pauta e utiliza de afirmações parciais do autor do texto.
Hamilton Mourão sobe tom contra Alexandre de Moraes “Atitude autoritária e ilegal”	Inconclusivo	Não apresenta os dois lados da pauta e utiliza de comentários apoiando o ex-vice-presidente como meio de credibilização do conteúdo.
Rodrigo Pacheco é detonado na web após apoiar ação de Moraes contra empresários: “Frouxo e banana”	Inconclusivo	O conteúdo não possui fontes claras que poderiam dar credibilidade ao conteúdo e também não expõe os dois lados da matéria.
Ministro da Justiça se manifesta contra decisão de Alexandre de Moraes: “Que país é esse?”	Inconclusivo	O conteúdo não possui fontes claras que poderiam dar credibilidade ao conteúdo e o autor ainda faz afirmações sem comprovação teórica alguma.
Números mostram a diferença de tratamento entre Bolsonaro e Ciro Gomes no Jornal Nacional	Inconclusivo	O conteúdo expõe números, porém não expõe o outro lado da notícia, e se trata de um texto tendencioso onde a linguagem é extremamente parcial.
Silas Malafaia sobe o tom contra Alexandre de Moraes; “Quem vai parar esse desgraçado”	Inconclusivo	Texto tendencioso e parcial. Não expõe os dois lados da matéria e utiliza de citações feitas em rede social para credibilizar o conteúdo.
Bomba! Marco Aurélio ex-ministro do STF diz se arrepender de assinar “Carta pela Democracia”	Inconclusivo	Não esclarece o conteúdo principal, somente cita argumentos de um indivíduo e comentários de internautas como forma de validar a parcialidade do autor do texto.
Urgente! Alexandre de Moraes proíbe trecho de Campanha da Independência	Inconclusivo	Texto raso. Não traz nenhuma informação conceituada, apenas traz comentários criticando a decisão de Alexandre de Moraes e explica resumidamente qual o tema da matéria.
		Texto raso. Não traz nenhuma informação

Arregou? Alexandre de Moraes volta atrás em decisão absurda contra Campanha da Independência	Inconclusivo	conceituada, apenas traz comentários criticando a decisão de Alexandre de Moraes e explica resumidamente qual o tema da matéria.
Agro manda recado para Lula: “Mostrou completa ignorância”	Inconclusivo	Sem links ou algum tipo de comprovação, o texto apresenta somente partes de textos retirados de notas de repúdio de associações relacionadas ao agronegócio. E ainda, o autor utiliza de palavras pejorativas e expõe abertamente sua opinião sem se preocupar com a parcialidade.
Nordeste fechado com Bolsonaro! Presidente arrasta multidão em Vitória da Conquista-BA	Inconclusivo	Não traz nenhuma fonte e não apresenta situações de comprovação do fato (links, imagens ou números), apenas a opinião do autor do texto sobre o acontecimento.
Carlos Bolsonaro faz denúncia gravíssima contra CNN, confira	Inconclusivo	Não apresenta os dois lados da pauta e não se preocupa em dar ao leitor uma comprovação de que o que está sendo dito é verdadeiro. Somente expõe tweet de Carlos Bolsonaro criticando repórteres da CNN.
Bolsonaro faz Felipe Neto passar vergonha após o youtuber “passar pano” para fala de Lula	Inconclusivo	O texto não apresenta nenhum dado comprobatório sobre o caso, apenas expõe tweets feitos pelo youtuber Felipe Neto e Jair Bolsonaro. Além disso, o autor faz afirmações de acordo com sua opinião.
Colunista da esquerda faz declaração absurda: “Precisa-se de um terrorista”	Inconclusivo	Não apresenta os dois lados da pauta e utiliza de afirmações parciais do autor do texto. Além disso, utiliza apenas parte do texto escrito pelo jornalista Julian Fuks, para fortalecer a opinião do autor.

Portanto, foi identificada nesta etapa, uma padronização referente a estrutura de “notícia” veiculada, teor informativo e objetivo de cada link compartilhado. Quanto à estruturação, os

links coletados apresentam pouco aprofundamento no assunto, falta de fontes e dados que comprovem o tema exposto, parcialidade (o autor expõe a sua opinião em 10 destes links), e ainda, utiliza de comentários de internautas do Twitter, como critério de credibilidade para seus conteúdos inconclusivos.

O teor informativo de cada um links, não traz apontamentos ou dados que informam de fato o leitor, apenas apresenta ideias e opiniões de personalidades políticas com objetivo de manipular e induzir o indivíduo ao apoio e/ou validação de quaisquer acontecimentos compartilhados.

Sendo assim, ao relacionarmos os links que foram comprovados como *fake news* (Falso), com aqueles que foram identificados como “Inconclusivos”, observa-se que, dentre os critérios consolidados nesta pesquisa que validam uma notícia como verdadeira, existe uma semelhança entre as falhas destas duas etapas. Isto faz com que os links considerados “Inconclusivos” se tornem predominantemente, não comprometido com a realidade objetiva, sendo alterado algum direcionamento ou mudando o foco.

CONCLUSÃO

O trabalho destinado à análise dos links compartilhados em um canal de extrema-direita do Telegram, buscou examinar, teórica e empiricamente -durante o período da eleição presidencial de 2022- como a desinformação e as fakes news podem impactar a democracia de um país. Para isso, foi necessário entender, a priori, os conceitos da comunicação política e como algumas estratégias que estão ligadas à desinformação, se tornam responsáveis por ocasionar a polarização política e partidária no país.

Entende-se portanto, que às *fake news*, no âmbito da comunicação política, sempre estiveram interligadas com as estratégias políticas que possuem o objetivo de induzir indivíduos que se identificam com princípios defendidos por partidos políticos e/ou personalidades políticas (DOURADO et. al., 2019). Essa estratégia tem se intensificado com as mídias sociais que facilitaram o acesso a qualquer tipo de conteúdo sendo mentiroso ou não, e com isso polarizando e definindo bolhas de interação. Assim, nota-se que o indivíduo possui uma visão tendenciosa, de forma a acreditar em tudo aquilo que consome, e faz com que qualquer informação seja seu novo espectro de verdade.

A partir dessa perspectiva, foi analisado o conceito do termo “desinformação”, e entendemos que dentro das ramificações (*Mis-information; Dis-information; Mal-information*), a poluição da informação está associada à intenção dos agentes, tanto produtores quanto disseminadores, e pressupõem que a pergunta que explique a ação destes indivíduos está diretamente relacionada a sua motivação (WARDLE et al., 2017. p.5). Outrossim, com base na motivação de cada agente, foi necessário o entendimento do percurso feito pelas falsas informações nas redes sociais, e entendeu-se que existe uma diferença entre os aplicativos de interação social de fotos/vídeos e aplicativos de mensagens instantâneas.

Nessa conjuntura, vimos também que a diferença entre os formatos se dá por uma automação criada para mapear nossas preferências em relação a outros usuários, o algoritmo (GILLESPIE, 2018, p. 95), que pode impactar diretamente nos conteúdos que acessamos no cotidiano. Portanto, nota-se que dentre os aplicativos de mensagens instantâneas existe uma grande diferença relacionada às políticas e termos de privacidade em cada um dos apps (WhatsApp e Telegram) e como os pontos de segurança dos usuários está diretamente ligada às ações que o mesmo pode fazer com a liberdade disponibilizada dentro da plataforma.

Entendemos também que o Telegram, se torna um terreno fértil para a disseminação de conteúdo poluído, pois existem possibilidades de criar canais públicos -diferentemente dos grupos possíveis no WhatsApp- com um número ilimitado de participantes e que o administrador do canal não aparece como o autor das mensagens, apenas o ícone e o nome do

canal são apresentados. Com liberdade e facilidade para disseminar qualquer tipo de conteúdo para um alto número de pessoas ao mesmo tempo, vimos que a migração da extrema-direita para esse aplicativo ocorreu de forma assídua em todo o planeta, principalmente no Brasil, com Jair Bolsonaro.

Por fim, a metodologia utilizada para analisar os links disparados em um canal de extrema-direita do Telegram, responde de forma prática e teórica, o quão impactante o fenômeno da desinformação e as *fakes news*, utilizadas como estratégia de comunicação política, são para a democracia de um país. Visto que as manifestações pós-eleição presidencial e vitória de Lula (candidato da esquerda), causaram crimes governamentais que consolidam ataques diretos à democracia no Brasil.

REFERÊNCIAS

ALVES, Marco Antônio Sousa; MACIEL, E. R. H. . **O fenômeno das fake news: definição, combate e contexto**. Internet & Sociedade, v. 1, p. 144-171, 2020.

BAPTISTA, Erica Anita; ROSSINI, P. G. C. ; OLIVEIRA, V. V. ; STROMER-GALLEY, J. . **A circulação da (des)informação política no WhatsApp e no Facebook**. Lumina, v. 13, p. 29-46, 2019.

SANTAELLA, Lucia. **A educação como antídoto às fake news**. Revista E, v. ano 25, p. 40-41, 2018.

DOURADO, Tatiana Maria Silva Galvão. **Fake news na eleição presidencial de 2018 no Brasil**. 308 f. Tese (Doutorado) - Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas. Faculdade de Comunicação. Universidade Federal da Bahia. 2020.

DOURADO, Tatiana; GOMES, Wilson. **O que são, afinal, fake news, enquanto fenômeno de comunicação política?**. In: Anais do VIII Compolítica, Brasília, Distrito Federal, 2019.

CHAGAS, Viktor; MITOZO, Isabele; SANTOS, João Guilherme Bastos dos; BARROS, Samuel; AZEVEDO, Dilvan. **A ‘Nova Era’ da Participação Política? Whatsapp e call to action nas consultas do e-Cidadania (Senado Federal)**. Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho Comunicação e Política do XXVII Encontro Anual da Compós. PUC-RS. 2019.

SANTOS, João Guilherme Bastos dos; FREITAS, Miguel; ALDÉ, Alessandra; SANTOS, Karine; CUNHA, Vanessa Cristine Cardoso. **Whatsapp, política mobile e desinformação: a hidra nas eleições presidenciais de 2018**. C&S – São Bernardo do Campo, v. 41, n. 2, p. 307-334. 2019.

SEIBT, Tais. **Jornalismo de Verificação como tipo ideal: A prática de fact-checking no Brasil**. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2019.

GILLESPIE, Tarleton. **A relevância dos algoritmos**. Parágrafo, v. 6, n. 1, p. 95–121, 2018

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

SAMPAIO, Rafael C; LYCARIÃO, Diógenes. **Análise de Conteúdo Categorial: manual da aplicação**. Brasília: Enap, 2021.