



UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO
DOUTORADO EM COMUNICAÇÃO E CULTURA CONTEMPORÂNEAS

FREDERICO RAMOS OLIVEIRA

AS *FAKE NEWS* E A PRODUÇÃO JORNALÍSTICA DE REFERÊNCIAS

Salvador, 2023



UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO
DOUTORADO EM COMUNICAÇÃO E CULTURA CONTEMPORÂNEAS

FREDERICO RAMOS OLIVEIRA

AS *FAKE NEWS* E A PRODUÇÃO JORNALÍSTICA DE REFERÊNCIAS

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas da Universidade Federal da Bahia, como requisito parcial para obtenção do título de Doutor em Comunicação e Cultura Contemporâneas.

Linha: **Comunicação e Cultura Digital.**
Orientador: Prof. Dr. **André Luiz Martins Lemos.**

Salvador, 2023

DADOS INTERNACIONAIS DE CATALOGAÇÃO NA PUBLICAÇÃO (CIP)

O48f Oliveira, Frederico Ramos, 1992-
As fakes news e a produção jornalística de referências / Frederico Ramos
Oliveira. – 2023.
382 f.

Orientador: Dr. André Luiz Martins Lemos.
Tese (Doutorado em comunicação e cultura contemporâneas) -
Universidade Federal da Bahia, Faculdade de Comunicação, Salvador, 2023.

1. *Fake News*. 2. Jornalismo - Objetividade. 3. Plataformização,
Dataficação e Performatividade Algorítmica - PDPA. 4. Kit gay. 5. Vaza
Jato. 6. Covid-19. I. Título. II. Lemos, André Luiz Martins.

CDU: 070

(RESPONSÁVEL: FILIPE REIS – CRB 1/3388)

Frederico Ramos Oliveira

AS *FAKE NEWS* E A PRODUÇÃO JORNALÍSTICA DA REFERÊNCIAS

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas da Universidade Federal da Bahia para obtenção do título de Doutor em Comunicação e Cultura Contemporâneas, aprovada em 05 de maio de 2023 por banca examinadora composta pelos seguintes professores:

Prof. Dr. **André Luiz Martins Lemos**
Universidade Federal da Bahia
Orientador

Profa. Dra. **Elizabeth Nicolau Saad Corrêa**
Universidade de São Paulo
Professora convidada

Profa. Dra. **Maria Lucia Santaella Braga**
Pontifícia Universidade Católica de São Paulo
Professora convidada

Profa. Dra. **Pollyana Ferrari Teixeira**
Pontifícia Universidade Católica de São Paulo
Professora convidada

Prof. Dr. **Tarcísio de Sá Cardoso**
Universidade Federal da Bahia
Professor convidado

Salvador, 2023



Universidade Federal da Bahia

**PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E CULTURA
CONTEMPORÂNEA (POSCOM)**

ATA Nº 1

Ata da sessão pública do Colegiado do PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E CULTURA CONTEMPORÂNEA (POSCOM), realizada em 05/05/2023 para procedimento de defesa da Tese de DOUTORADO EM COMUNICAÇÃO E CULTURA CONTEMPORÂNEAS no. 1, área de concentração Comunicação e Cultura Contemporâneas, do candidato FREDERICO RAMOS OLIVEIRA, de matrícula 218121635, intitulada As fakes news e a produção jornalística de referências. Às 14:00 do citado dia, na Faculdade de Comunicação da UFBA, foi aberta a sessão pelo presidente da banca examinadora, Prof. Dr. ANDRE LUIZ MARTINS LEMOS, que apresentou os outros membros da banca: Prof. Dr. TARCISIO DE SA CARDOSO, Profª. Dra. ELIZABETH NICOLAU SAAD CORRÊA, Profª. Dra. POLLYANA FERRARI TEIXEIRA e Profª. Dra. MARIA LUCIA SANTAELLA BRAGA. Em seguida foram esclarecidos os procedimentos pelo presidente que passou a palavra ao examinado para apresentação do trabalho de Doutorado. Ao final da apresentação, passou-se à arguição por parte da banca, a qual, em seguida, reuniu-se para a elaboração do parecer. No seu retorno, foi lido o parecer final a respeito do trabalho apresentado pelo candidato, tendo a banca examinadora aprovado o trabalho apresentado, sendo esta aprovação um requisito parcial para a obtenção do grau de Doutor. Em seguida, nada mais havendo a tratar, foi encerrada a sessão pelo presidente da banca, tendo sido, logo a seguir, lavrada a presente ata, abaixo assinada por todos os membros da banca.

Dra. ELIZABETH NICOLAU SAAD CORRÊA, USP

Examinadora Externa à Instituição

Dra. POLLYANA FERRARI TEIXEIRA, PUC - SP

Examinadora Externa à Instituição

Dra. MARIA LUCIA SANTAELLA BRAGA, PUC - SP

Examinadora Externa à Instituição

Dr. TARCISIO DE SA CARDOSO, UFBA

Examinador Interno



Documento assinado digitalmente
TARCISIO DE SA CARDOSO
Data: 06/05/2023 11:16:24-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Dr. ANDRE LUIZ MARTINS LEMOS, UFBA

Presidente



Documento assinado digitalmente
ANDRE LUIZ MARTINS LEMOS
Data: 06/05/2023 08:30:32-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

*A todos aqueles que foram estigmatizados e vitimados
pela desinformação, obscurantismo e, principalmente,
pelo descaso que assolou o país nos últimos anos.
Em especial, às vítimas da pandemia de Covid-19.*

AGRADECIMENTOS

Quando me mudei para Salvador, a página de agradecimentos da futura tese me apavorava. Pensei em um texto protocolar, visto que não conhecia ninguém na Bahia – à exceção de poucos familiares no interior do estado, que nunca falaram comigo nos cinco anos que aqui estou. Hoje preciso ser sintético, já que não é possível registrar minhas graças a todos que contribuíram com esta pesquisa. É sob as bênçãos de Deus que passei o último quinquênio e são enviados dEle aqueles que aqui listo – pelos quais sou grato.

Agradeço, em primeiro lugar, a meus pais, Osdilson e Lourdes – que me ensinaram as letras – e à minha irmã, Nurayme. Também sou grato pelo apoio de Edgard Neto, assim como dos amigos Moca e Carol Leal, Vitória Croda, Priscila Dibai, Thiago Assumpção, Lucyana Fagundes, Luciellen Lima, Eduardo Leite, Allana Gama, Estela Marques, Lize Antunes, Jan Barcelos, Fernanda Ribeiro, José Rhenato, Vivian Maria, Juliano Leite, Guto Miranda, Jhonatan Smith, Gabriel Amorim, Antônio Neto, Gleisi Oliveira, Thales Moura, Filipe Reis, Rafael Viegas, dentre outros. Cumprimento também a Micaela Libório, tão necessária no curso deste doutorado. Agradeço, ainda, a Milton Shintaku, a Marcel Garcia, assim como às equipes da Cotec e Cotea (Ibict) que acompanharam todo meu doutorado.

Aos integrantes do Lab404, em especial aqueles que se tornaram amigos: um beijo para Amanda Nogueira, Daniel Marques, Grégori Castelhana, Guilherme Reis, Helen Souza – mais conhecida como Malfeitona –, Natália Huf, Nayra Veras – muitos de vocês ocupam a seção de amigos próximos, mas listo aqui para tornar meus agradecimentos mais organizados. Agradeço, ainda, à professora Malu Fontes e a equipe do PósCom/ UFBA. Também estendo meus cumprimentos ao Grupo de Estudos em Novas Tecnologias da Educação (Gente) que fazem questão de acompanhar-me. Em especial, à Cleide Rodrigues e à Simone Magalhães.

Destaco meu agradecimento ao meu orientador, Prof. Dr. André Lemos, sem o qual esta tese não seria possível. De forma generosa e atenta, acompanhou o desenvolvimento desta pesquisa, indicando melhores estratégias para a execução deste trabalho. Ainda cumprimento à banca avaliadora, composta pelos professores Elizabeth Saad, Lucia Santaella, Pollyana Ferrari e Tarcísio de Sá Cardoso, que dedicaram seu tempo e seu conhecimento à aferição e apresentações de sugestões para melhoria desta pesquisa. Tenho aprendido com os senhores desde a graduação e é uma honra tê-los na banca examinadora.

Por fim, agradeço mais uma vez à sociedade brasileira, como fiz em minha dissertação. Estudei no Sistema S, fui bolsista permanência no ensino superior, estudei em duas universidades federais conceituadas. Fui bolsista da UAB, da Fapeg e, agora, da Capes. Sem tais insumos certamente não teria condições para desenvolver pesquisa acadêmica.

Se não quiser um homem politicamente infeliz, não lhe dê os dois lados de uma questão para resolver; dê-lhe apenas um. Melhor ainda, não lhe dê nenhum. [...] Encha as pessoas com dados incombustíveis, entupa-as tanto com “fatos” que elas se sintam empanzinadas, mas absolutamente “brilhantes” quanto a informações. Assim, elas imaginarão que estão pensando terão uma sensação de movimento sem sair do lugar. E ficarão felizes, porque fatos dessa ordem não mudam.

Ray Bradbury em *Fahrenheit 451*

Melhor, portanto, é refrear todo espanto diante de baleias estranhamente sarapantadas, pois não existe insensatez de animal algum da terra que não seja infinitamente superada pela loucura dos homens

Herman Melville em *Moby Dick*

AS *FAKE NEWS* E A PRODUÇÃO JORNALÍSTICA DE REFERÊNCIAS

Frederico Ramos Oliveira

Objetiva compreender as *fake news* no atual contexto de plataformização, dataficação e performatividade algorítmica (PDPA – LEMOS, 2020b, 2020c), investigando seus tipos, formas de circulação, os atores envolvidos em sua produção, circulação e consumo, sua relação com o jornalismo e com a produção jornalística da verdade. Avalia duas hipóteses: *a)* as *fake news* são resultado da PDPA, são diretamente relacionadas às plataformas e suas interfaces; e *b)* checagens e *fake news* se distinguem pelo modo como se fundamentam, pelas referências que convocam. Para testar tais hipóteses, considerou-se três casos: o *kit gay*, a Vaza Jato e a Covid-19. Sob a fundamentação da Teoria Ator-Rede e dos Modos de Existência dos Modernos (LATOUR, 2019), tal investigação teve como fontes: conteúdos falsos sobre os casos; checagens jornalísticas; tuites; entrevistas, diário de campo e interfaces de aplicativos de mensagens instantâneas. Envolveu técnicas de análise de conteúdo, de análise de redes sociais, de análise de interfaces (método *walkthrough*), assim como a participação do pesquisador em grupos públicos de política no Telegram e no WhatsApp. Os resultados apontam a relação entre *fake news* e plataformas, demonstrando como interfaces produzem tipos específicos de desinformação; determinam estratégias para que a circulação de um conteúdo falso seja ampliada; convocam públicos específicos que consomem *fake news*; e que ferramentas de *crowdfunding* e de monetização estão relacionadas à produção e à circulação de conteúdos falsos. Os resultados ressaltam as intervenções do Programa de Verificação de Fatos Independente da Meta (3PFC) na noticiabilidade, nas rotinas produtivas e no próprio *fact-checking*. Apontam que checagens e *fake news* convocam diferentes referências para se fundamentar, sendo que checagens são mais bem fundamentadas. Entre as estratégias mais comuns utilizadas pelos produtores de *fake news*, a pesquisa identificou a anonimização da fonte; a atribuição equivocada de autoria; o *astroturfing*; o *call to action*; o conspiracionismo; a manipulação de documentos; o erro da fonte, a falsa conexão; a fraude e a utilização de receitas, oferta de conselhos e a empiria. A tese também propôs uma classificação dos tipos de conteúdos falsos que circulam no WhatsApp. A partir desses dados, é possível concluir que as plataformas e suas interfaces participam diretamente da produção, da circulação e da refutação das *fake news*.

Palavras-chave: *Fake news*; PDPA; *Kit gay*; Vaza Jato; Covid-19.

FAKE NEWS AND JOURNALISTIC PRODUCTION OF REFERENCES

Frederico Ramos Oliveira

The objective is to understand fake news in the current context of platformization, datification, and algorithmic performativity (PDAP - LEMOS, 2020b, 2020c), investigating their types, forms of circulation, who is involved in their production, circulation, and consumption, their relationship with journalism, and with the journalistic production of truth. The research seeks to investigate two hypotheses: *a)* fake news are a result of PDAP and are directly related to platforms and their interfaces; and *b)* fact-checking and fake news are distinguished by the way they are based on references they invoke. To test these hypotheses, three cases were considered: the "kit gay," the "Vaza Jato," and COVID-19. Based on Actor-Network Theory and the Modes of Existence of Moderns (LATOUR, 2019), this investigation considered false content about the cases, journalistic fact-checking, tweets, interviews, field diaries, and instant messaging app interfaces as sources. It involved techniques such as content analysis, social network analysis, interface analysis (walkthrough method), as well as the researcher's participation in public political groups on Telegram and WhatsApp. The results indicate the relationship between fake news and platforms, demonstrating how interfaces produce specific types of misinformation; determine strategies for amplifying the circulation of false content; call on specific audiences that consume fake news; and show that crowdfunding and monetization tools are related to the production and circulation of false content. The results also indicate that fact-checks and fake news rely on different references to support their claims, with fact-checks being better grounded. The study highlights the interventions of the Meta's Third-Party Fact-Checking Program (3PFC) in newsworthiness, production routines, and fact-checking itself. Among the most common strategies used by fake news producers, the research identified the anonymization of sources, the erroneous attribution of authorship, astroturfing, the call to action, conspiracy theories, document manipulation, source errors, false connections, fraud, and the use of recipes, advice, and empiricism. The study also proposed a classification of the types of false content that circulate on WhatsApp. Based on this data, it is possible to conclude that platforms and their interfaces are directly involved in the production, circulation, and refutation of fake news.

Keywords: Fake news; PDPA; Kit gay; Vaza Jato; Covid-19.

LISTA DE IMAGENS

Imagem 1 - Transformações no processo de correspondência (referência)	26
Imagem 2 – Registro dos domínios do Diário do Centro do Mundo e do Jornal da Cidade Online	35
Imagem 3 - Árvore das plataformas estadunidenses	36
Imagem 4 - Fluxograma dos procedimentos metodológicos.....	43
Imagem 5 - Donald Trump aponta que fotografia manipulada é fake news	51
Imagem 6 - The Cow Pock; Or, the Wonderful Effects on the New Inoculation, de J. Gillray (1802)	55
Imagem 7 - Nature destaca, em nota, que artigo publicado na revista não apoia teorias da conspiração	65
Imagem 8 - Diagrama proposto por Wardle diferencia informação incorreta, desinformação e má-informação.....	76
Imagem 9 - Classificação de fake news considera facticidade, intenção e potencial danoso .	78
Imagem 10 - Captura de tela do Inquérito 4828/DF.....	86
Imagem 11 - Fluxograma dos procedimentos metodológicos – Parte 1.....	93
Imagem 12 - Feed do Monitor do WhatsApp (UFMG).....	95
Imagem 13 - Postagem compartilhada no Facebook denunciava suposta capa do kit gay [P1-1]	97
Imagem 14 - Categorias de análise do Google Vision	98
Imagem 15 - Outputs do Google Vision para a imagem do Aedes aegypti	100
Imagem 16 – Rede de etiquetas identificadas pelo Google Vision nos conteúdos falsos sobre o kit gay	106
Imagem 17 - Etiquetas identificadas pelo Google Vision relacionadas a um conteúdo falso sobre o kit gay	107
Imagem 18 - Rede de entidades identificadas pelo Google Vision nos conteúdos falsos sobre o kit gay	107
Imagem 19 - Rede de etiquetas identificadas pelo Google Vision nos conteúdos falsos sobre a Vaza Jato.....	111
Imagem 20 - Entidades da web relacionadas aos conteúdos falsos da Vaza Jato	112
Imagem 21 - Comentários falsos sobre cadastro no Auxílio Emergencial.....	116
Imagem 22 - Post apresenta suposta patente do Sars-CoV-2	118
Imagem 23 - Cards apresentam dados manipulados sobre a Covid-19	122
Imagem 24 - Dados tirados do contexto espalham desinformação sobre Covid-19.....	123
Imagem 25 - Etiquetas relacionadas a conteúdos sobre a Covid-19 checados pelas agências (A1).....	128
Imagem 26 - Entidades relacionadas a conteúdos sobre a Covid-19 checados pelas agências (A1).....	129
Imagem 27 - Rede de etiquetas relacionadas a conteúdos sobre a Covid-19 que circularam no WhatsApp (W1).....	130
Imagem 28 - Entidades relacionadas a conteúdos sobre a Covid-19 que circularam no WhatsApp (W1).....	131
Imagem 29 - Rede de etiquetas relacionadas a conteúdos sobre a Covid-19 que circularam no WhatsApp (W2).....	133
Imagem 30 - Entidades relacionadas a conteúdos sobre a Covid-19 que circularam no WhatsApp (W2).....	134

Imagem 31 - New York Times começa a utilizar seu slogan.....	140
Imagem 32 - Processo de produção de vinhetas para impressão de fotografias.....	161
Imagem 33 - Folha anuncia políticas editoriais em relação ao Facebook – à esquerda, publicação de 8 de fevereiro de 2018; à direita, em 5 de julho de 2021	169
Imagem 34 - Tela inicial do Viewtron.....	174
Imagem 35 - Fluxograma dos procedimentos metodológicos – Parte 2.....	192
Imagem 36 - Codificação de checagem sobre a Covid-19	195
Imagem 37 - Rede de fontes jornalísticas consultadas em checagens sobre o kit gay	204
Imagem 38 - Tipologia das fontes consultadas.....	205
Imagem 39 - Rede de fontes jornalísticas nas checagens do kit gay	206
Imagem 40 - Rede de fontes jornalísticas nas checagens sobre a Vaza Jato	212
Imagem 41 - Tipologia das fontes consultadas nas checagens sobre a Vaza Jato.....	213
Imagem 42 - Rede de fontes jornalísticas nas checagens da Vaza Jato.....	214
Imagem 43 - Evolução da Covid-19 no Brasil (2020-2022)	218
Imagem 44 - Estratégias adotadas por Aos Fatos (esquerda) e Lupa (direita) para desmentir conteúdo falso.....	225
Imagem 45 - Fontes jornalísticas mais citadas em checagens sobre a Covid-19 (não se considera checadores).....	228
Imagem 46 - Tipologia das fontes consultadas nas checagens sobre a Covid-19	231
Imagem 47 - Rede de principais fontes jornalísticas nas checagens sobre a Covid-19.....	232
Imagem 48 - Mamadeira foi grande fator político da eleição de 2018.....	242
Imagem 49 - Fluxograma dos procedimentos metodológicos - Parte 3	245
Imagem 50 - Apresentação dos resultados no buscador da Google	250
Imagem 51 - Produção de conteúdos falsos e restrições da interface.....	251
Imagem 52 - Links mais compartilhados no WhatsApp nas eleições de 2018 (esquerda) e de 2022 (direita)	253
Imagem 53 - Interface do WhatsApp formata apresentação de conteúdos na conversa	257
Imagem 54 - Doja Cat reclama da proibição de mudar o nickname no Twitter.....	259
Imagem 55 - Recurso "Sobre essa conta" do Instagram.....	260
Imagem 56 - Variações do mesmo tuíte buscam ampliar alcance.....	267
Imagem 57 - Tuites que mencionaram o termo kit gay em dezembro de 2010.....	268
Imagem 58 - Tipologia de conteúdos falsos sobre o Pavão Misterioso que circularam em grupos de WhatsApp	276
Imagem 59 - Interações de contas verificadas a partir do uso da #showdopavao	277
Imagem 60 - Links mais compartilhados no WhatsApp em mensagens sobre o tratamento precoce.....	280
Imagem 61 - Páginas que hospedam conteúdos falsos sobre o kit gay aqui analisados.....	282
Imagem 62 - Páginas que hospedam conteúdos falsos sobre a Vaza Jato aqui analisados ...	284
Imagem 63 – Páginas que hospedam conteúdos falsos sobre a Covid-19 (A1) aqui analisados	284
Imagem 64 – Páginas que hospedam conteúdos falsos sobre a Covid-19 (W2) aqui analisados	285
Imagem 65 – Perfis e grupos têm acesso restrito em função de decisão do TSE.....	287
Imagem 66 - Tuíte com opinião de Wilson Gomes é considerado conteúdo falso	288
Imagem 67 - Refutação de conteúdos falsos nas plataformas digitais	290
Imagem 68 - Etiqueta no Instagram indica que conteúdo é falso, adulterado ou sensível	293

Imagem 69 - Notificação do Instagram indica que conta compartilha conteúdos falsos constantemente	294
Imagem 70 - Notificação indica que denúncia sobre story não foi analisada	295

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Proposta de classificação de formas de desinformação	79
Quadro 2 - Fontes consultadas, coleta, tratamento e tipo de análise.....	94
Quadro 3 - Matriz de análise de conteúdos falsos.....	97
Quadro 4 - Estratégias de desinformação identificadas	124
Quadro 5 - Comparativo de atualizações da metodologia adotada por Aos Fatos e pela Lupa	180
Quadro 6 – Critérios de seleção do corpus do teste da análise	186
Quadro 7 - Fontes consultadas, coleta, tratamento e tipo de análise.....	191
Quadro 8 - Critérios de inclusão e exclusão de checagens na análise	193
Quadro 9 - Valores-notícia encontrados nos textos de checagem sobre o kit gay	202
Quadro 10 - Tipos de desinformação no WhatsApp e suas referências.....	274
Quadro 11 - Estratégias de desinformação identificadas	302
Quadro 12 - Proposta de classificação de formas de desinformação	303

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Composição do corpus de checagens	41
Tabela 2 - Corpus de conteúdos falsos analisados	42
Tabela 3 - Corpus de conteúdos falsos analisados	96
Tabela 4 - Corpus de conteúdos falsos analisados por meio de visão computacional	124
Tabela 5 - Composição do corpus de checagens	194
Tabela 6 - Produção de checagens sobre o kit gay por jornalista.....	199
Tabela 7 - Número de vezes que os conteúdos sobre o kit gay checados foram compartilhados	200
Tabela 8 - Noticiabilidade de checagens sobre o kit gay no Aos Fatos e na Lupa.....	201
Tabela 9 - Número de citações por texto nas checagens do Aos Fatos e da Lupa sobre o kit gay	202
Tabela 10 - Compartilhamento dos conteúdos checados por Aos Fatos e Lupa sobre o kit gay	207
Tabela 11 - Fontes citadas nos conteúdos checados por Aos Fatos e Lupa sobre o kit gay ..	208
Tabela 12 – Produção de checagens sobre a Vaza Jato por jornalista.....	209
Tabela 13 - Número de vezes que os conteúdos falsos sobre a Vaza Jato foram compartilhados	210
Tabela 14 - Número de citações por texto nas checagens da Aos Fatos e Lupa sobre a Vaza Jato.....	211
Tabela 15 - Compartilhamento dos conteúdos checados pela Aos Fatos e Lupa sobre a Vaza Jato.....	215
Tabela 16 - Fontes citadas nos conteúdos checados pela Aos Fatos e Lupa sobre a Vaza Jato	216
Tabela 17 - Checagens sobre a Covid-19 analisadas por mês.....	217
Tabela 18 - Produção de checagens sobre a Covid-19 em 2020	218
Tabela 19 - Número de vezes que os conteúdos falsos sobre a Covid-19 foram compartilhados	219
Tabela 20 - Noticiabilidade de checagens sobre a Covid-19 no Aos Fatos e na Lupa.....	220
Tabela 21 - Citações em textos de checagem sobre a Covid-19.....	221
Tabela 22 – Periódicos científicos mais citados nas checagens até julho de 2020.....	229
Tabela 23 - Compartilhamento dos conteúdos checados pela Aos Fatos e Lupa sobre a Covid-19	233
Tabela 24 - Fontes citadas nos conteúdos checados pela Aos Fatos e Lupa sobre a Covid-19 em 2020	234
Tabela 25 - Número de citações por texto nos casos analisados	304

LISTA DE ABREVIATURAS, SIGLAS E REDUÇÕES

3PFC	<i>Meta's Third-Party Fact-Checking Program</i> - Programa de Verificação de Fatos Independente da Meta
ABGLT	Associação Brasileira de Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis, Transexuais e Intersexos
AIME	<i>Investigação sobre os modos de existência</i> , de Bruno Latour
AP	<i>Associated Press</i>
API	<i>Application Programming Interface</i> – Interface de Programação de Aplicações
AWS	<i>Amazon Web Services</i> – Serviços Web da Amazon
CDA	<i>Communication Decency Act</i> – legislação estadunidense
Compós	Associação Nacional de Programas de Pós-graduação em Comunicação
CPI	Comissão Parlamentar de Inquérito
CPMI	Comissão Parlamentar Mista de Inquérito
DEM	Democratas – atualmente, União Brasil
DC	Duplo Clique
EUA	Estados Unidos da América
Fiocruz	Fundação Oswaldo Cruz
MEC	Ministério da Educação
MLAT	<i>Mutual Legal Assistance Treat</i> – Acordo de Assistência Legal Mútua
PDPA	Plataformização, Dataficação e Performatividade Algorítmica
PR	Partido da República – atualmente, Partido Liberal
PT	Partido dos Trabalhadores
SECAD	Secretaria de Educação Continuada, Alfabetização e Diversidade do Ministério da Educação
SEO	<i>Search Engine Optimization</i> , ou otimização para motores de busca.

SUS	Sistema Único de Saúde
UFBA	Universidade Federal da Bahia
UTG	União dos Trabalhadores de Gráficas

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	21
1.1 As referências, os Modernos e o jornalismo	24
1.2 Plataformas, desinformação e jornalismo	34
1.3 Questões de pesquisa e hipóteses	38
1.4 Objetivos	40
1.5 Procedimentos metodológicos	41
<i>1.5.1 O kit gay</i>	44
<i>1.5.1 Vaza Jato</i>	45
<i>1.5.1 Covid-19</i>	46
1.6 Caminhos da tese	46
2 FAKE NEWS: HISTÓRIA, CONCEITO E CARACTERÍSTICAS	50
2.1 Princípios para uma história da desinformação	52
2.2 Erros de categoria e formas de verificação	61
2.3 Uma mensagem para cada público	66
2.4 Cadeias de desinformação: por um conceito de <i>fake news</i>	73
2.5 As <i>fake news</i> e o arcabouço legal brasileiro	81
2.5.1 Inquéritos do STF	84
2.5.2 Comissões parlamentares de inquérito	86
2.6 <i>Fake news</i>: conceito e características	88
3 AS REFERÊNCIAS DAS FAKE NEWS: KIG GAY, VAZA JATO E COVID-19	91
3.1 Procedimentos metodológicos	92
<i>3.1.1 Matriz de análise</i>	97
<i>3.1.2 Visão computacional</i>	98
3.1.3 Limitações da pesquisa	101
3.2 Os conteúdos falsos sobre o <i>kit gay</i>	103
<i>3.2.1 Etiquetas e entidades em conteúdos sobre o <i>kit gay</i></i>	105
3.3 Os conteúdos falsos sobre a Vaza Jato	108
<i>3.3.1 Etiquetas e entidades em conteúdos sobre a Vaza Jato</i>	110
3.4 Os conteúdos falsos sobre a Covid-19	112
<i>3.4.1 Etiquetas e entidades em conteúdos sobre a Covid-19</i>	124
3.5 As referências das <i>fake news</i>	135

4 AS REFERÊNCIAS DO JORNALISMO: UMA HISTÓRIA DA OBJETIVIDADE JORNALÍSTICA	139
4.1 Uma história material da notícia	141
<i>4.1.1 A introdução das técnicas jornalísticas</i>	146
<i>4.1.2 A objetividade: trazer os distantes ou afastar-se?</i>	154
<i>4.1.3 O jornalismo como seleção</i>	163
<i>4.1.4 Arranjos econômicos e técnicos no jornalismo</i>	167
<i>4.1.5 Humanização ou precisão?</i>	172
<i>4.1.6 Do jornalismo on-line ao jornalismo nas plataformas</i>	173
<i>4.1.7 Aos Fatos e Lupa</i>	180
4.2 O jornalismo produz referências?	181
5 AS REFERÊNCIAS DO JORNALISMO: KIT GAY, VAZA JATO E COVID-19	183
5.1 Procedimentos metodológicos	185
<i>5.1.1 Um ensaio da metodologia nas eleições de 2018</i>	185
<i>5.1.2 Uma metodologia para analisar as cadeias de referência</i>	191
<i>5.1.2.1 Coleta das checagens e critérios de seleção</i>	192
<i>5.1.2.2 Codificação e análise</i>	195
<i>5.1.2.3 Entrevistas</i>	195
<i>5.1.2.4 Limitações da pesquisa</i>	196
5.2 As checagens do kit gay	199
5.2.1 Referências	202
5.2.3 Dados da pesquisa	207
5.3 As checagens da Vaza Jato	209
<i>5.3.1 Referências</i>	210
<i>5.3.2 Dados da pesquisa</i>	215
5.4 As checagens da Covid-19	217
<i>5.4.1 Referências</i>	221
<i>5.4.2 Dados da pesquisa</i>	233
5.5 Considerações	238
6 CIRCULAÇÃO E CONSUMO DE FAKE NEWS:	242
6.1 Procedimentos metodológicos	244
6.2 Interfaces e infraestruturas	248
<i>6.2.1 Latência e estabilização</i>	260
6.3 Circulação	263
<i>6.3.1 Telegram e WhatsApp</i>	269

6.3.2 Verdade: do duplo clique às pilhas de ‘evidências’	278
6.3.3 Distribuição ‘permanente’	281
6.4 Refutação	285
6.4.2 3PFC	290
6.5 Fake news como “nós”	295
7 AS FAKE NEWS, O JORNALISMO E AS REFERÊNCIAS	297
7.1 Fake news e PDPA	298
7.2 Jornalismo, fake news e referências	301
7.3 Limitações e agenda de pesquisa	305
REFERÊNCIAS	308
APÊNDICE A	329
APÊNDICE B	333
APÊNDICE C	340
APÊNDICE D	346
APÊNDICE E	347
APÊNDICE F	357
ANEXO A	364
ANEXO B	370
ANEXO C	378

1 INTRODUÇÃO

A milagrosa gestação dos quadrigêmeos de uma pedagoga paulista pautou diversos telejornais brasileiros no final de 2011. Maria Verônica experimentava um duplo prodígio: engravidou de seu marido, que fizera uma vasectomia, e traria quatro crianças ao mundo. O esposo, que fizera uma vasectomia, desconfiou da fidelidade de sua companheira, foi a um laboratório e solicitou um espermograma. Após alguma reflexão, desistiu do exame e resolveu confiar na palavra de sua mulher.

A televisão brasileira também decidiu acreditar na gravidez milagrosa. Desde a concepção virginal de outra Maria, a mãe de Jesus, prodígios assim eram escassos e aquela situação certamente gabaritava grande parte dos valores-notícia listados nos manuais de jornalismo. Na primeira semana após a revelação do milagre, a mãe participou de seis programas jornalísticos na cidade em que residia. Nessas entrevistas, afirmava que cada um dos fetos já tinha uma personalidade distinta, que a permitia distinguir entre cada uma das quatro Marias em sua barriga.

Cerca de um mês depois, em 11 de janeiro de 2012, a grávida foi recebida pelo *Hoje em dia*, matutino da TV Record. No programa, Maria Verônica ganhou um ano de fraldas, mobiliário e enxoval para as quatro filhas. O relato de sua gravidez também apareceu em outras emissoras e veículos: a mãe contou sua história na TV Globo, RedeTV, Folha de S. Paulo, dentre outros espaços. Todos destacando o milagre ocorrido no interior paulista.

No entanto, Maria Verônica, a grávida de Taubaté¹, não carregava nenhuma Maria em seu útero. O mais notório erro jornalístico da TV brasileira foi descoberto quando uma das apresentadoras do *Hoje em dia* desconfiou da descomunal barriga e pediu que sua equipe seguisse a suposta grávida, sem avisá-la. A revelação do engano foi amplamente comentada, mas não se fez acompanhar por grandes consequências, tanto para a falsa grávida como para outros envolvidos. Diferentemente do caso Escola Base, o erro jornalístico aqui não fazia vítimas.

A grávida de Taubaté destaca como a qualidade de um conteúdo noticioso depende do processo de apuração desenvolvido. Os exames apresentados por Maria Verônica pareciam provar a gravidez, ainda que um simples toque em sua barriga colocaria em xeque a gestação.

¹ Para mais detalhes, consultar edição do *podcast* Além do Meme sobre a Grávida de Taubaté (2020).

O método jornalístico também foi responsável por erros como o da Escola Base. Nesse caso, o apreço pelas fontes oficiais fez com que repórteres repercutissem a declaração precipitada de um delegado, feita antes da conclusão do inquérito, levando a acusações gravíssimas e ao assassinato de reputações.

As diversas dimensões do erro jornalístico – problemas na apuração, de nomeação, textos tendenciosos (*slant media*), entre outros – resultam do “fazer jornalístico”, da diversidade de aplicações do método jornalístico. Cada folha é uma amálgama de condições econômicas, pessoal contratado, afetos, disponibilidade tecnológica, restrições editoriais, é fruto da associação de humanos com uma diversidade de objetos. O jornalismo erra quando seu texto não relata o fato de forma adequada, quando não consegue reunir inscrições que permitam ao leitor conhecer o que se deu – é o que ocorre sempre que se distorce o que a fonte diz, quando não são indicadas provas de que algo aconteceu, quando o relato jornalístico não corresponde ao evento. Afinal, no jornalismo ocidental, o repórter precisa, para dar-nos o conhecimento do mundo, sintetizar o que é essencial sem distorcer o fato, enquanto redige o texto sob as regras do texto jornalístico, recheando-o de inscrições e provas que permitem ir do fato ao relato e vice-versa.

O texto jornalístico – especialmente o do gênero informativo – busca corresponder ao fato relatado por meio da adoção de técnicas específicas de apuração e redação. Através de sucessivas etapas, o repórter busca retomar o fato, garantindo uma sequência de “provas” que ligam o relato àquilo que aconteceu. Ao longo da história, como apresenta o capítulo 4, uma diversidade de técnicas e procedimentos de produção de “verdade” no jornalismo foram adotados: um repórter deveria entrevistar pelo menos três pessoas para garantir o adequado relato de um acontecimento que não presenciou, o texto passa a ser redigido em pirâmide invertida, trechos específicos de uma entrevista são reproduzidos, dentre outros.

Essa forma de produzir conhecimento por meio de referências, inscrições que, quando encadeadas, permitem ir do fato ao relato e vice-versa (LATOURET, 2001, 2019), foi emprestada e adaptada do método científico. A influência do positivismo, a introdução da tecnologia fotográfica e a construção de um fazer científico, marcado pela comunicação dos resultados de pesquisa e reprodutibilidade do método, seriam inspiração para o jornalismo. A introdução da linotipo, do daguerreótipo, do telégrafo, da publicidade e das relações públicas; a urbanização; o advento das agências de notícia; as grandes guerras; e o desenvolvimento industrial estimularam uma standardização do jornalismo, pautada pelo imperativo de objetividade (AMARAL, 1996, LAGE, 2008).

“A objetividade, ou melhor, aquilo que mais tarde ganharia o nome de objetividade, passa a se identificar com uma mistura de estilo direto, imparcialidade, fatualidade, isenção, neutralidade, distanciamento, alheamento em relação a valores e ideologia”, como destaca Amaral (1996, p. 26). Faz-se acompanhar da introdução de técnicas de apuração e redação (a pirâmide invertida, o *lead* e o uso judicioso das aspas são um exemplo), de um “ritual estratégico” que permite ao jornalista reivindicar que seu texto é objetivo (TUCHMAN, 1972). O conhecimento jornalístico passa a depender da aplicação de sucessivas técnicas de apuração e de redação, que permitem o encadeamento de diversas informações sobre um fato. Produz cadeias de referência – menos extensas que aquelas produzidas pela ciência, obviamente – que permitem apresentar o fato em um texto informativo (MARTINE; DE MAYER, 2018).

Quando o repórter decide aceitar um depoimento precipitado de um delegado, antes da conclusão do inquérito, fala fundamentada somente no *status* de cargo oficial, seu texto parece objetivo, mas não permite que o leitor se desloque do relato ao fato. Quando se confia em um ultrassom e em uma suposta barriga, sem solicitar um exame que comprovasse a gestação ou simplesmente conferir a barriga, dá-se o mesmo. Vale elencar como exemplo, ainda, artigo retratado da *The Lancet* publicado em 1998, que ligava a vacina tríplice viral a problemas gastrointestinais, ainda que sem relação causal. Se não há um encadeamento adequado das referências, rompe-se a possibilidade de informar: o texto pode parecer “objetivo”, mas não permite ir do fato ao relato.

Vale destacar que tais inscrições, tais cadeias de referência, também podem ser simuladas. Em 2014, uma dona de casa de Guarujá foi linchada após ser confundida com uma suposta bruxa que sequestrava crianças para rituais de magia. A página *Guarujá Alerta*, no Facebook, publicou uma postagem que afirmava que menores estavam sendo raptados na cidade paulista e dizia que sendo “boato ou não devemos ficar alerta (sic)”. Junto ao texto, um retrato falado – relacionado a um caso que aconteceu no Rio de Janeiro – e a foto de uma mulher loira, ambos diferentes da vítima do espancamento público. À época, não havia nenhuma denúncia de sequestros de crianças naquela cidade. As (supostas) inscrições apresentadas pela página (o retrato falado, a foto, e o próprio texto da postagem) deram existência à bruxa raptora.

Há, também, um contexto que explica a rápida disseminação deste boato: o pânico em relação a cultos satânicos e sacrifícios ao diabo – pavor comum também nos Estados Unidos desde a década de 80 (BARTHOLOMEW; RADFORD, 2012) –, que seriam elencados como responsáveis pelo Caso Evandro, pelas emasculações em Altamira e diversos outros assassinatos infantis não solucionados. Por meio do Facebook, a mentira se espalhou; é encarnada como boato e/ou *fake news* e nas agressões que levaram a dona de casa à morte. Esse

caso, inclusive, é uma das justificativas apresentadas no Requerimento nº 11, de 2019, que deu origem à Comissão Parlamentar Mista de Inquérito sobre as *fake news*.

O leitor percebeu que se argumenta que a falsa denúncia de sequestros de crianças foi encarnada como boato e/ou *fake news*. Não se buscou indicar que são sinônimos, tampouco definir que rumores são muito diferentes das *fake news*. O que se quis apontar é que há tanto a ampla distribuição por meio do Facebook, como há uma série de inscrições que parecem sustentar tal argumentação. Há um arranjo específico que torna as plataformas epicentro da desinformação na contemporaneidade, assim como há formas de verificação características dos conteúdos falsos.

A grávida de Taubaté sustentou sua falsa concepção em uma ultrassonografia, o boato que vitimou a moradora de Guarujá se fundamentava em um suposto retrato falado. A apresentação de “provas” e a disseminação em cascata de conteúdos falsos são explicações do porquê mensagens inverídicas têm tanto êxito. Além disso, o atual arranjo da cultura digital, marcada por plataformas, pela dataficação e por uma sociabilidade algorítmica potencializa a distribuição de conteúdos desinformativos. Tal debate é o interesse da presente tese. No entanto, antes que sejam apresentadas suas questões de pesquisa, as hipóteses e objetivos, é importante descrever a fundamentação teórica que lhe sustenta.

1.1 As referências, os Modernos e o jornalismo

Acreditar que as palavras têm a capacidade de corresponder ao mundo que relatam é enganoso. Tal perspectiva parte da assunção de que há um hiato entre o mundo e a linguagem, a ser reduzido ao se buscar a correspondência. Isso, no entanto, elimina os mediadores e não destaca os instrumentos que permitem a passagem do “fato” ao relato (LATOUR, 2001), é cair no equívoco do *duplo clique* [DC].

O *duplo clique* é nosso demônio moderno, que impede observar como humanos e objetos se associam. No computador, clicamos duas vezes e faz-se mágica: nos conectamos com alguém que mora no exterior, estamos nas ruas de Budapeste, vamos ao banco. O milagre moderno, no entanto, dá-se pelo movimento mecânico das cabeças de leitura de um HD, a troca de sinais elétricos em um SSD e nas placas de um computador, a rede de satélites, fiação e outros equipamentos que compõem a internet, assim como diversos objetos que se associam conosco e permitem tais usos. O *duplo clique* os suprime, fazendo parecer que operamos sinais e maravilhas; que, por si só, há uma linguagem adâmica capaz de corresponder ao mundo ou trazer à existência.

“A partir de uma experiência perfeitamente exata – a referência permite o acesso – esse Gênio Maligno sussurrar em nosso ouvido que seria muito melhor termos acesso gratuito, indiscutível e imediato à informação pura e *sem transformação*”, explica Latour (2019, p. 86, grifo no original). Quando cedemos à tentação do *duplo clique*, acreditamos num mundo mágico, em que não é necessário pagar pelas referências para conhecer. Em vez de acessar o objeto, conhecemos a ideia sobre o objeto (*res extensa cogitans*): a ultrassonografia de Maria Verônica e a barriga descomunal só podem indicar uma gravidez, ainda que isto seja absurdo.

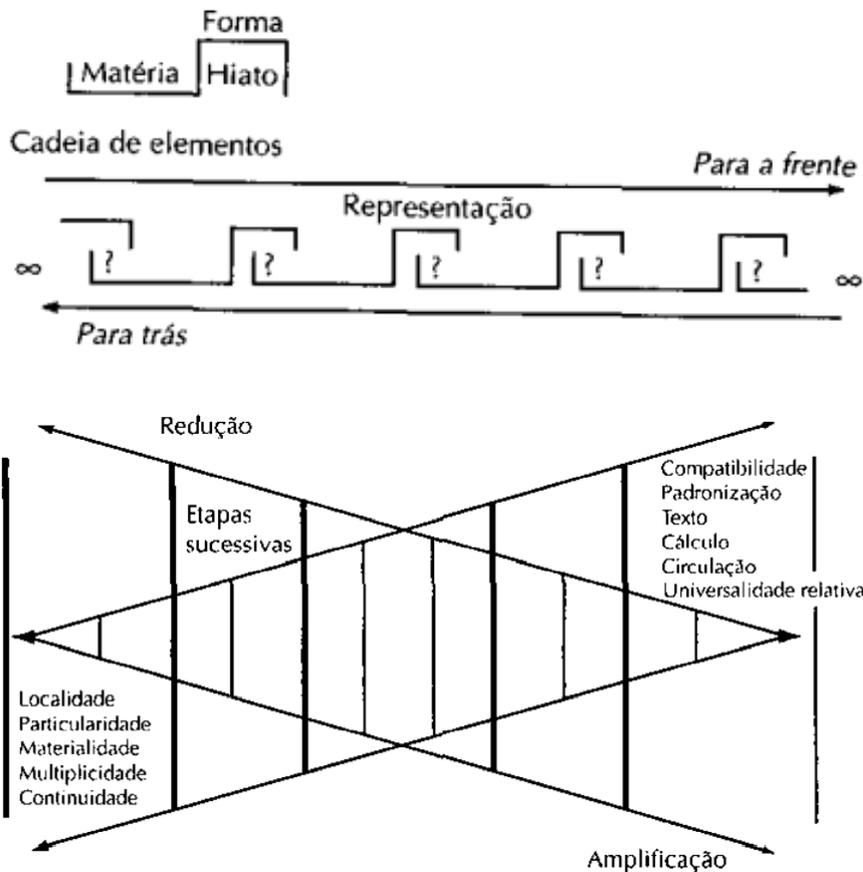
A ultrassonografia apresentada por Maria Verônica era o lastro que sustentava sua barriga falsa, que trazia à existência as quadrigêmeas. Na impossibilidade de ver ou tocar o abdômen da genitora, coube aos repórteres ligarem as dimensões descomunais do ventre ao exame médico apresentado. No entanto, a ultrassonografia, inscrição produzida por meio de um aparato que emite e capta ondas sonoras no corpo humano, havia sido copiada de um buscador de imagens. Não é mais possível ir do anúncio da gravidez aos fetos, e vice-versa, pois não há inscrições que verifiquem a gestação.

Ceder ao *duplo clique*, portanto, não permite conhecer o objeto. Mas, o que se deve fazer para tanto? Para entender isso, devemos acompanhar Latour (2001) em uma expedição científica na Amazônia brasileira. O antropólogo investiga uma equipe de pesquisadores que analisa se a floresta estaria tornando-se savana. Diversas técnicas são adotadas para carregar a floresta ao laboratório, fazer com que a imensidão verde coubesse em uma gaveta ou em um artigo – e vice-versa.

Os pesquisadores coletam amostras, cuja localização era marcada por piquetes e registrada em fotografias. Também adotam equipamentos que permitem identificar os diversos extratos do solo, que não estariam disponíveis sem tais ferramentas. A partir de instrumentos específicos, criam *móveis imutáveis*, permitem ir da floresta ao laboratório e vice-versa por meio das referências. Como destaca Latour (2001, p. 74), “a referência [...] é, antes de tudo, um jeito de fazer com que algo permaneça constante ao longo de uma série de transformações”.

Imagem 1 - Transformações no processo de correspondência (referência)

Elementos de representação



Fonte: Latour (2001, p. 87-88)

As referências permitem deambular por meio de diversas transformações: em cada uma delas há um hiato entre “forma” e “matéria”², como destaca a Imagem 1. Trata-se de um encadeamento que concilia a redução – que implica em perdas – e a amplificação – ganhos na compreensão – do que se conhece (LATOUR, 2001). São inscrições que guiam do fato ao relato – e tornam absurdo as ideias de “ser conhecido” e “ser conhecedor”, já que um passa pelo outro e cada um deles precisa pagar pelas inscrições. Para explicar tal dinâmica, Latour (2019) recorre ao alpinista que, com um mapa, busca explorar o Monte Aiguille. O mapa não reproduz todo o território em sua escala real, mas destaca pontos específicos. O alpinista caminha buscando

² “Já compreendemos que a matéria é um dispositivo compósito que amalgama, sem que possamos mais distingui-las, as exigências do conhecimento – uma transferência de constantes ou, para usar os termos técnicos, MÓVEIS IMUTÁVEIS – e as exigências de SUBEXISTÊNCIA – a manutenção da existência através do salto da reprodução. [...] Em outras palavras, a noção de matéria obscurecerá o cruzamento [REP·REF], submetendo-o a essa minúscula, mas decisiva, modificação que tornará indiscerníveis os dois hiatos que, entretanto, são radicalmente distintos” (LATOUR, 2019, p. 95, grifo no original).

piquetes demarcados pelo mapa – se um deles foi derrubado ou trocado de local, toda a cadeia de referências pode romper-se.

O *ganho* de conhecimento que os móveis imutáveis permitem vem precisamente de que o mapa não se *parece absolutamente* com o território, sem por isso deixar de manter, por uma cadeia contínua de transformações – continuidade constantemente interrompida pela diferença de materiais encaixados –, um número muito pequeno de constantes. É pela *perda* da semelhança que se ganha a formidável eficácia das cadeias de referência. (LATOURE, 2019, p. 74, grifo no original).

O mapa condensa anos de pesquisa geológica e cartográfica, além da introdução de marcos e piquetes que permitem que o explorador se desloque. Uma diversidade de instrumentos de acesso garante as inscrições, nossa estrada para ter acesso aos distantes, pelas quais pagamos enquanto nos deslocamos nas cadeias de referência. Se tudo der certo, há relação entre fato e relato, sendo possível informar (condição de felicidade). Caso uma referência se rompa, perde-se a informação (infelicidade) (LATOURE, 2019).

Vale retomar outro exemplo, apresentado por Cesarino (2022). Em artigo publicado na *Science* em 1987, o matemático polonês Benoît Mandelbrot propôs um exercício: medir a costa da Grã-Bretanha mudando a escala do mapa em cada etapa. Quanto mais se aproxima, mais detalhes são percebidos e maior se torna a dimensão a ser medida. O exercício segue “assim progressivamente até um ponto-limite em que o observador estará situado no nível do solo e, olhando para a areia molhada da praia, não será mais capaz de perceber onde termina o mar e começa a ilha” (p. 52-53). Um mapa em escala real é a perdição do explorador, enquanto o GPS lhe constrange de tal forma na rede de referências que não o permite conhecer³. Como relata o conto de Borges (1982), que aponta os esforços de cartógrafos para desenhar um mapa que representa tão bem o território que tem o seu tamanho – e, conseqüentemente, faz com que não seja possível localizar-se.

“O mapa, as balizas e o traçado da trilha são, certamente, diferentes, mas uma vez *alinhados* uns com os outros, estabelecem alguma *continuidade*”, explica Latour (2019, p. 71, grifo no original). Caso as inscrições estejam no lugar, “se não houver nevoeiro, se algum energúmeno não tiver invertido as balizas ou dado um pontapé nos marcos, se os meus sentidos não me enganarem” (p. 72), é possível ir e vir ao monte por um pavimento de documentos. Não há semelhança mimética entre tais inscrições, tampouco entre o mapa e o território. Mas é

³ “Eu ainda não comprei um GPS, o que seria como estar encerrado de maneira tão apertada em uma rede que não poderia sequer olhar a paisagem “de fora” para saber onde estou, bastaria manter os olhos fixos na tela do GPS, como um cupim totalmente cego e, no entanto, perfeitamente localizado”, diz Latour (2019, p. 72).

justamente por não se parecerem, mas por se deslocarem por uma sequência de referências, é possível conhecer – e ser conhecido.

A extensão das cadeias de referência importa. Ao considerar somente a declaração do delegado, feita antes da realização de inquérito, o jornalismo transformou os donos da Escola Base em pedófilos. No entanto, nada lastreava a informação oficial, somente o *status* do cargo público. Este jornalismo que reproduz o oficial seria questionado amplamente na pandemia de Covid-19, quando o governo federal passa a esconder e maquiar os dados de vigilância epidemiológica.

Os jornalistas, então, precisam de novas inscrições, desenvolver ferramentas que permitissem compilar os casos da doença. Por meio de instrumentos de acesso ao mundo, como microscópios, pipetas, centrífugas e outros equipamentos de laboratório, os cientistas produzem inscrições para ir do fenômeno ao seu relato e vice-versa. No jornalismo, isso se dá por meio da apuração, que é desenvolvida por meio de entrevistas, consultas a documentos, a redação em pirâmide invertida (no caso da notícia), a utilização do *lead*, dentre outros. A quantidade de inscrições utilizadas – fontes consultadas em uma matéria, por exemplo – garante maior ou menor acesso àquilo que é conhecido.

Ocorre que esta tese fala do jornalismo produzido pelos Modernos. Chegou o momento de apresentar esse povo exótico para a qual Latour (2019) desenvolveu uma antropologia específica e que investigamos aqui. Em primeiro lugar, vale apontar que o Moderno acredita em muita coisa – ele acredita que outros povos fundamentam sua vida em seus próprios fetiches, mas ele mesmo acha que não acredita em nada. “É moderno aquele que acredita que os outros acreditam”, aponta Latour (2002b, p. 15).

Mas, enquanto “os modernos acreditam na crença para compreender os outros; os adeptos não acreditam na crença nem para compreender os outros nem para compreender a si próprios”, lembra Latour (2002b, p. 23). Só que o Moderno acredita: em primeiro lugar, ele tem certeza de que natureza e cultura, corpo e espírito, humano e não humano estão separados – mas ao mesmo tempo proliferam híbridos entre cultura e natureza contra os quais tanto lutam e nunca tenham êxito. Este povo é caracterizado pela tentativa de *purificar* os híbridos, já que ou se é humano ou não humano, ou se é da natureza ou da cultura. Circulam entre uma perspectiva transcendente e imanente da natureza, da sociedade e de Deus (LATOUR, 1994).

O Moderno acredita que conseguiu separar essas dimensões e, por isso, reina o homem: crê em uma ontologia assimétrica, em que governa o Social. No entanto, “a Sociedade, como afirmava Gabriel Tarde, é sempre o que se deve explicar e não aquilo que explica, assim como a substância é o resultado às vezes duradouro, efetivamente, de todos os

modos e não o que faz com que subsistam” (LATOUR, 2019, p. 288). A teoria sociológica interacionista ou estruturalista, explica Latour (2015, p. 170), serve bem para explicar grupos de primatas, mas não o Moderno. “Os macacos nos dão a demonstração do que seria uma sociedade social, isto é, conforme as exigências da teoria sociológica que determina que se passe do “nível” individual ao “nível” estrutural por meio de uma série de operadores, eles próprios sociais”.

Desenvolver uma sociologia dos humanos demanda reconhecer duas proposições da *Monadologia e Sociedade* de Tarde: a divisão entre natureza e sociedade não é relevante para compreensão do mundo das interações humanas e; a distinção entre micro e macro impede a compreensão de como o social é gerado (LATOUR, 2002a). Quando a sociologia tradicional ignora os objetos, os artefatos, cria uma ilusão; “uma sociedade que precisaria ser mantida com o social” (LATOUR, 2015, p. 175). Uma perspectiva que enfoca somente as interações, sem os objetos, não nos permitiria distinguir humanos de primatas; por outro lado, uma abordagem que insere os objetos como mera prótese cai em um espiritualismo. “Falando do corpo social, eles só falaram, na realidade, de sua alma”, sentencia Latour (2015, p. 183).

Retomar os objetos é abandonar um antifetichismo. É entender que “a ação deve ser compartilhada com outros tipos de actantes dispersos em outros quadros espaço-temporais e que pertençam a outros tipos de ontologia” (LATOUR, 2015, p. 180). Povoar a sociologia de objetos é reconhecer a Constituição Moderna para, então, reunir natureza e política e aceitar seus híbridos (LATOUR, 1994). Afinal, “os objetos não são meios, mas mediadores, da mesma maneira que todos os outros actantes. Eles não transmitem fielmente nossa força – assim como nós não somos os fiéis mensageiros da força deles”, lembra Latour (2015, p. 183).

Sendo assim, é mais relevante considerar uma sociologia das associações do que uma sociologia do social. Afinal, o social não existe: há associações, há formação de grupos. Neste sentido, é necessário rejeitar concepções apriorísticas e descrever o social a partir da compreensão que, num primeiro momento, homens e objetos têm o mesmo *status* ontológico (LATOUR, 2012). Tais princípios já estavam presentes na obra de Tarde, na qual agência, influência e imitação formam uma espécie de ator-rede (LATOUR, 2002a).

A Constituição Moderna é um dos resultados da divisão entre natureza e política. Pululam híbridos entre natureza e cultura, ao mesmo tempo em que se busca purificar a sociedade de tais híbridos, distingue-se humano de não humano (LATOUR, 1994). É por considerar-se em uma ontologia superior à dos objetos que o Moderno desenvolve seus *fe(i)tiches*. Ele acredita que o ídolo é o fetiche de outras sociedades, mas não observa como seu próprio culto aos fatos é fetichista, haja vista que seus fatos são construídos (LATOUR, 2002b).

O Moderno é iconoclasta, contrário aos animismos, aos fetiches – o que lhe provê uma superioridade para criticar outros povos que, a seu ver, são animistas ou fetichistas (LATOUR, 1994). Mas, na prática, mesmo “os modernos têm que prestar um culto explícito aos fe(i)tiches, às mediações, aos passes, já que nunca tiveram o domínio do que fazem, e é bom que seja assim” (LATOUR, 2002b, p. 102). Seus fatos são *fe(i)tiches*: feitos (também) pelas mãos humanas enquanto também são fetiches, superando seus criadores (LATOUR, 2002b).

A bomba de vácuo é um exemplo apresentado por Latour (1994) desta dinâmica. Ela produz o vácuo, em condições controladas – o laboratório. Portanto, o fato científico – o vácuo – é resultado de condições específicas que permitem sua produção. Apesar da produção do fato científico no laboratório, os Modernos defendem que ninguém os fabricou (LATOUR, 2002b).

O duplo repertório dos modernos não pode ser desvendado pela distinção dos fatos e dos fetiches, mas pela *segunda* distinção, mais sutil, entre a separação dos fatos e dos fetiches, feita, teoricamente, por um lado, e a passagem da prática, que difere totalmente desta, por outro. A crença toma um outro sentido então: é o que permite manter à distância a forma de vida prática – onde se faz fazer – e as formas de vida teóricas – onde se deve escolher entre fatos e fetiches. É o meio de purificar indefinidamente a teoria, sem arriscar, entretanto, as consequências desta purificação (LATOUR, 2002b, p. 44).

Não é possível, portanto, conhecer o Moderno pelo seu discurso, já que o que acreditam sobre si não é real, há uma opacidade que lhes é própria. É preciso, então, desenvolver uma etnografia e perceber o conjunto de formas de vida e seus encargos. É essa a tarefa de Latour em sua *Investigação sobre os modos de existência*: uma antropologia dos Modernos (2019). Latour desenvolve tal empreendimento para propor um dispositivo diplomático que permita defender valores específicos – os valores da ciência, do direito, da religião etc. – com discursos mais adequados – e que não sucumbam no fato-*fe(i)tiche* moderno. Nessa tarefa, percebe que “não existe o domínio da Ciência, do Direito, da Religião, da Economia, mas que existem redes que se *associam* segundo segmentos sempre novos” (p. 37, grifo no original). Entender tais associações, suas trajetórias, hiatos, condições de felicidade e infelicidade, seres instaurados e alterações percebidas em cada um dos modos.

Para não estender – ainda mais – esta introdução, são apresentados, brevemente, os modos de existência propostos por Latour (2019). Trata-se de uma descrição sumária, que procura resumir um empreendimento iniciado pelo pesquisador francês em 1987. A análise dos Modernos começa pelo desenvolvimento de metalinguagens que permitem tal investigação. Para começar, “a noção de rede [...] designa *uma série de associações* relevada por meio de uma *prova* [...] que permite compreender por quais séries de pequenas *descontinuidades* convém passar para obter certa *continuidade* de ação” (LATOUR, 2019, p. 39). A rede,

contudo, é limitada, pois não qualifica os valores de cada “domínio”. Convém seguir as redes [RES] para entender que associações específicas formam o religioso, o político, o jurídico etc., é relevante seguir tais conexões e por meio delas atravessar tais domínios.

Trata-se de uma tarefa complicada, pois é necessário pagar pelas mediações. Nessas horas, manifesta-se o demônio do *duplo clique* [DC], que é ignorar que há associações entre atores que têm determinado resultado. Não é o simples clique mágico que nos leva a Budapeste, mas uma série de mediações envolvendo circuitos impressos, sistemas de armazenamento, linguagem de programação, protocolos de internet, legislação, entre outros. O [DC] é ignorar a rede, é saltar do crime à sentença sem considerar a cadeia de documentos que sustenta o direito.

Se as redes [RES] não qualificam valores, as preposições [PRE] indicam que chave interpretativa permite compreender uma associação específica. A gravidez de Maria Verônica pode ser vista como perpetuação da espécie [REP – reprodução], como milagre [REL – religião], como problema jurídico [DIR], como algo que emociona Edu Guedes [MET, ou metamorfose] ou como impossível [REF, ou referências]. É por meio das preposições que é possível distinguir aquilo que qualifica uma rede específica. “Para existir, um ser deve não somente *passar por outro* [RES], mas também *ser de outra maneira* [PRE], explorando outros modos, por assim dizer, de se **alterar**” (LATOURE, 2019, p. 63, grifo no original). Grosso modo, a preposição é o que explica como uma afirmação é verdadeira em um modo específico.

Definidos os instrumentos da investigação – [RES], [PRE] e [DC] –, Latour (2019) apresenta seu projeto de pesquisa que envolve a descrição das redes; verificar o relato de atores de um “domínio” específico sobre sua área de atuação; explorar a distinção entre as redes, a preposição e tal relato; e, por fim, propor uma nova formulação que explique melhor a relação entre prática e teoria. Dessa forma, a investigação resulta em 15 modos – dentre eles, as três metalinguagens de investigação –, divididos em grupos específicos:

- *Sem quase-objeto ou sem quase-sujeito*, composto por reprodução [REP] – busca o prolongamento dos existentes, explora as continuidades – metamorfose [MET]; – mutações, emoções e transformações, explora as diferenças –; e hábito [HAB] – cursos de ação interruptos, obtém essências;
- *Quase-objetos*, sendo composto por técnica [TEC] – zigzagues da astúcia e da invenção, dobra e redistribui as resistências –; ficção [FIC] – triplo desengate: tempo, espaço, actante, multiplica os mundos –; e referência [REF] – pavimentação das inscrições e permite acesso aos distantes;
- *Quase-sujeitos*, no qual estão incluídos política [POL] – círculo protetor de continuidade, delimita e reagrupa –; direito [DIR] – vinculação dos casos e das ações por meios,

garante a continuidade das ações e dos atores –; e religião [REL] – engendramento das pessoas que permite o cumprimento dos tempos;

- *Vínculos entre quase-objetos e quase-sujeitos*, composto por apego [ATT] – multiplicação dos bens e males –; organização [ORG] – produção e seguimento de *scripts*, permite mudar o tamanho e a extensão dos quadros –; e moral [MOR] – exploração dos vínculos meio/fim e cálculo do impossível ótimo.

Nesta tese, têm grande importância os modos da referência [REF], da religião [REL], da técnica [TEC], da metamorfose [MET] e da ficção [FIC], que são apresentados a seguir. Esses modos são importantes já que explicam por que razão se acredita em *fake news* e, ainda, demonstram como a objetividade do jornalismo se sustenta por meio de inscrições. Eventualmente, outros modos de existência podem ser convocados, sendo anteriormente explicados. Por fim, ressalta-se que Latour (2019) não entendia sua investigação como tarefa completa, mas convoca pesquisadores a identificar outros modos.

A referência [REF] já foi apresentada: ela informa a partir de uma série de inscrições que permite ir do relato ao fato e vice-versa. Por meio de seus *móveis imutáveis*, garante o acesso por meio da transformação, mas uma mediação essa que mantém características essenciais do objeto (ampliação) enquanto também permite que o território seja registrado no mapa (redução). “Se alguém entra à noite no laboratório e troca as etiquetas dos tubos de ensaio, todo o trabalho feito até então com os experimentos será desperdiçado, pois a “cadeia de inscrição” necessária à purificação do fato científico terá sido interrompida”, explica Cesarino (2022, p. 33). Rompidas as referências, há distanciamento e nenhuma semelhança entre as formas. A referência, resumidamente, dá acesso aos distantes (LATOURE, 2001, 2019).

A palavra religiosa é portadora “*de seres capazes de renovar aqueles a quem são dirigidas*” (LATOURE, 2019, p. 249, grifo no original). O modo da religião [REL] é marcado pela retomada da palavra pela própria palavra: é necessário garantir que a interpretação se renove de forma que repita exatamente o que havia sido postulado anteriormente, ao mesmo tempo em que mantém intacto sua “essência”. Por meio do engendramento das pessoas, a religião instaura deuses e pode salvar ou afastar (LATOURE, 2019).

A técnica [TEC], por sua vez, “é sempre dobra sobre outra dobra” (LATOURE, 2019, p. 191), é “um *movimento* que vai extrair nos inertes e nos vivos [...] o necessário para manter de maneira durável e congelar um dos momentos da metamorfose” (p. 181, grifo no original). É o prego que, ao ser martelado (dobra), se fixa de forma permanente na parede – ou até outra dobra (como o uso de um removedor de pregos) dali retirá-lo. Por meio de delegações, invenções e dispositivos, a técnica cria rearranjos, novas montagens, dobra e redistribui

resistências. Tais seres da técnica fazem irromper “no mundo um *bamboleamento* da ação que permite diferenciar *dois planos*, o plano inicial e o que acabamos de desacoplar instalando outros atores que possuem uma resistência, uma duração, uma dureza diferente” (LATOURE, 2019, p. 192, grifo no original). Não se trata de “um objeto, um resultado, mas um *movimento* que vai extrair nos inertes e nos vivos – inclusive no corpo do artesão que se torna mais hábil a cada dia – o necessário para manter de maneira durável e congelar um dos momentos da metamorfose”, define Latour (2019, p. 189, grifo no original).

Os seres da metamorfose [MET] constituem subjetividades, interioridades produzidas a partir do exterior. Por meio deles, podemos nos tornar “*alienados, possuídos* ou [...] *monstros*” (LATOURE, 2019, p. 166, grifo no original). Por meio de mutações e emoções, instalam, protegem, alienam ou destroem influências, deuses e psiquismos (LATOURE, 2019). Compõem “grande aparelhagem constituída para a produção da subjetividade, como uma rede produtora de interioridade: psicotrópicos, drogas alucinógenas, confissões públicas, profissões psicanalíticas, filmes de terror, jogos eletrônicos”, explica Lemos (2015, p. 10-11).

Por fim, a ficção [FIC] instaura figurações, envios, obras que permitem multiplicar os mundos. Povoam o mundo, impondo-se sobre nós, ainda que não os solicitemos. A ficção “tem um modo de existência muito próprio que é definido pela hesitação, pela vibração, pelo ir e vir, pela ressonância entre os planos sucessivos de materiais”, diz Latour (2019, p. 203). Não se originam na imaginação, mas ela é seu receptáculo; não é fictícia por opor-se à realidade, mas porque uma obra desaparece completamente findo o seu desvelo. São ocultações que diferem em frequência, ritmo e prazos (LATOURE, 2019).

Os modos de existência são o fulcro da análise desenvolvida nesta tese. A objetividade jornalística, como argumenta-se aqui, é fruto de referências [REF] produzidas por meio de instrumentos de acesso. Entrevistas, fontes, documentos, entre outras inscrições sustentam aquilo que o jornalismo diz, sustentam seu relato sobre o mundo. Por sua vez, a crença em *fake news* pode ser explicada por seu apelo religioso [REL], seu caráter circular [POL] e pelo modo como afetam quem as consome [MET]. Tudo isso demarcado pelos arranjos técnicos [TEC] da PDPA.

Importa, ainda, discutir o conceito de agência, que perpassa a presente tese. O debate teórico sobre o conceito é profícuo⁴: como destacam Fox e Aldred (2017), a sociologia tradicional é marcada por uma divisão artificial entre *agência* e *estrutura social*, sendo a

⁴ DeLanda (2006) realiza uma revisão sobre tal debate, propondo uma agência que também se estende aos objetos, que coproduzem o mundo social.

primeira utilizada para descrever ações, geralmente associada a humanos. Em Butler (2019, p. 25), por exemplo, “é a possibilidade de os sujeitos produzirem subjetivação diante e apesar da subordinação às normas sociais”, conforme explica nota do revisor. Tratar-se-ia de uma articulação do *poder fazer*, sendo entendida como uma conquista. No entanto, tal perspectiva não é a defendida nesta tese.

A presente pesquisa parte da compreensão de que o mundo social também é produzido por objetos em suas associações com atores humanos e não humanos (FOX; ALDRED, 2017, DELANDA, 2006, LATOUR, 2012, 2015, MILLER, 2005). “Em situações em que formas materiais têm consequências – que não dependem da ação humana - para as pessoas, diz-se que possuem agência que causa tais efeitos”, diz Miller (2005, p. 11) explicando a perspectiva latouriana. Desse modo, busca-se identificar como interfaces, aplicativos, plataformas e outros objetos técnicos intervêm no contexto estudado, a fim de entender suas consequências materiais. Afinal, “sem reconhecermos as agências dos objetos, ou reduzi-las apenas aos direcionamentos dos sujeitos, não entenderemos esse mesmo sujeito no processo”, como alertam Lemos e Bitencourt (2021, p. 3).

1.2 Plataformas, desinformação e jornalismo

Dois *sites* “informativos” têm movimentado a política brasileira. O *Diário do Centro do Mundo*, publicação on-line de esquerda, é hospedado pela ServerDo.in, empresa que oferece hospedagem por meio do Amazon Web Services (AWS). Por sua vez, o *Jornal da Cidade Online*, portal de conteúdos de baixa qualidade informativa alinhados ao bolsonarismo, é distribuído pelo Cloudflare – sistema de proteção DNS que acessa diversos serviços de hospedagem, inclusive o AWS. Observe-se que o AWS foi criado para atender necessidades da própria Amazon e hoje oferece a capacidade de processamento restante a outros sistemas. O registro do domínio desses *sites* é apresentado na Imagem 2.

Imagem 2 – Registro dos domínios do *Diário do Centro do Mundo* e do *Jornal da Cidade Online*

domain:	diariodocentrodomundo.com.br	domain:	jornaldacidadeonline.com.br
owner:	Nataraja S/C LTDA ME	owner:	Jos? Pinheiro Tolentino Filho
owner-c:	EMN103	owner-c:	JPTFI4
tech-c:	SESIN6	tech-c:	JPTFI4
nserver:	ns46.serverdo.in	nserver:	hera.ns.cloudflare.com
nsstat:	20230108 AA	nsstat:	20230108 AA
nslastaa:	20230108	nslastaa:	20230108
nserver:	ns10.serverdo.in	nserver:	jim.ns.cloudflare.com
nsstat:	20230108 AA	nsstat:	20230108 AA
nslastaa:	20230108	nslastaa:	20230108
created:	20100701 #7050750	created:	20070831 #3858081
changed:	20230102	changed:	20190827
expires:	20260701	expires:	20290831
status:	published	status:	published
nic-hdl-br:	EMN103	nic-hdl-br:	JPTFI4
person:	Emir Macedo Nogueira	person:	Jos? Pinheiro Tolentino Filho
created:	20040806	created:	20150427
changed:	20060929	changed:	20200524

Fonte: coletado por meio do who.is (2023).

Não é possível dizer que o *Diário do Centro do Mundo* e o *Jornal da Cidade Online* estão, de fato, hospedados no AWS. No entanto, solicita-se ao leitor que considere essa possibilidade. Caso as páginas estejam nos *datacenters* da Amazon, ali se encontram apesar do diverso espectro político. Têm a companhia da Alexa, da Nubank, da Netflix, do iFood e, muito provavelmente, do *The Washington Times* – hoje, sob a propriedade de Jeff Bezzos. Tal exemplo destaca a importância das plataformas na contemporaneidade.

Plataformas são arquiteturas informacionais programáveis que organizam a interação do usuário. São automatizadas por algoritmos e interfaces. Suas ferramentas maximizam a coleta, tratamento e o processamento dos dados do usuário. Por fim, desenvolvem acordos com seus usuários por meio de termos de uso e, também, com outras plataformas (VAN DIJCK; POELL; DE WALL, 2018). Tais contratos preveem o monitoramento do usuário e a automação de atividades específicas, já que as plataformas se pautam por uma lógica de personalização e usam a tecnologia para prototipagem e experimentação (ZUBOFF, 2020).

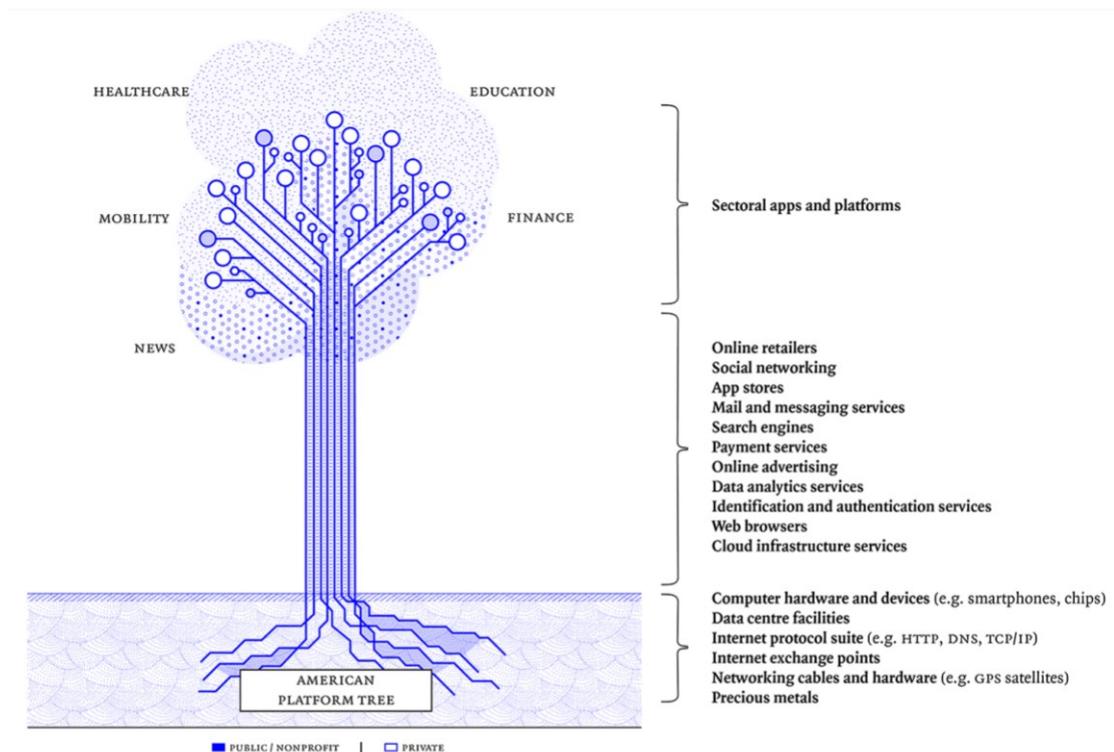
Tais infraestruturas digitais permitem a interação entre grupos sociais, oferecendo ferramentas para que o usuário desenvolva seus produtos, serviços e, ainda, *marketplaces*. Destacam-se, contudo, pela extração e uso dos dados, que são utilizados no treinamento de algoritmos; na coordenação e terceirização de trabalhadores; na otimização de processos; para o aumento dos lucros e, por fim, na geração de novos dados (SNIRCEK, 2017).

As plataformas infraestruturais são aquelas que oferecem insumos a partir dos quais outros *apps* e plataformas são desenvolvidos. Dentre as plataformas infraestruturais estão

motores de busca, navegadores, serviços de computação em nuvem, sistemas de pagamento, *e-mail*, dentre outros. É o caso da Amazon Web Services (ASW), que hospeda *sites* da ServerDo.in, por exemplo. Por sua vez, plataformas setoriais oferecem produtos e serviços voltados a um nicho específico (VAN DIJCK; POELL; DE WALL, 2018). É o caso da Netflix, plataforma de *streaming* baseada no AWS.

Considerando a relação entre plataformas infraestruturais e setoriais, assim como outras estruturas necessárias (cabeamento de rede, fibras óticas, satélites etc.), Van Djick (2020) propôs a metáfora da “árvore das plataformas”. Grosso modo, trata-se de um esquema que representa as inter-relações entre serviços infraestruturais, aplicativos setoriais, protocolos de internet, *hardware*, *data centers*, metais preciosos e outros atores.

Imagem 3 - Árvore das plataformas estadunidenses



Fonte: Van Djick (2020, p. 2816).

Nesta perspectiva, vale retomar a anatomia do *Amazon Echo*⁵ desenvolvida por Crawford e Joler (2018), que retoma a história de um *smart speaker* desde a extração de lítio até o descarte de equipamentos obsoletos e de resíduos da fabricação. Neste caminho, há o consumo de energia em *data centers* para a coleta, o tratamento e o processamento de dados,

⁵ Versão digital do trabalho está disponível em <https://anatomyof.ai/>.

para o aprendizado de máquina, assim como o trabalho humano e computacional envolvidos. Afinal, como destaca Crawford (2021), a inteligência artificial, embora não seja artificial nem inteligente, é material, sendo fruto do trabalho humano, infraestruturas, logística, história e sistemas de classificação.

Quando se fala em plataformização da sociedade, portanto, convoca-se toda uma rede que atravessa a extração dos recursos minerais, dos dados, a produção de *gadgets*, a definição de modelos específicos de linguagem, a definição do que deve ou não ser reconhecido pelos algoritmos (PARRIKA, 2015, BUCHER, 2018, CRAWFORD; JOLER, 2018, AMOORE, 2020, CRAWFORD, 2021). É nessa compreensão material, distribuída e partindo de uma ontologia plana que se pode considerar a plataformização, a dataficação e a performatividade algorítmica (PDPA) como desafio hodierno (LEMOS, 2020b, 2020c, 2021).

Plataformização é “a penetração de infraestruturas, processos econômicos e estruturas governamentais de plataformas em diferentes setores econômicos e esferas da vida”, definem Poell, Nieborg e Van Djick (2020). O fluxo da informação é reorganizado pelas plataformas, que promovem a produção, coleta e consumo ininterrupto de dados pessoais e dados de uso (LEMOS, 2020c, 2021). Envolve um redesenho da economia, inserindo diferentes lógicas de extração de valor e de trabalho (GROHMANN, 2020). Estabelecem relações com outras plataformas e, contratos com o usuário (VAN DJICK; POELL, DE WALL, 2018).

Neste contexto, o processo de produção e extração de dados de uso e de dados pessoais é acelerado. Emerge uma forma de capitalismo baseada na coleta, processamento e análise dos dados (LEMOS, 2020c, 2021, ZUBOFF, 2020, SANTAELLA; KAUFMAN, 2021). É a dataficação, processo que torna a vida indexada e previsível, usando para tanto grandes bases de dados (MAYER-SCHÖNBERGER; CUKIER, 2013). Há de se apontar que se trata de uma política de extração e produção dos dados – ao mesmo tempo em que se produz um discurso de que tais dados são objetivos, ainda que sejam resultado de interpretação e intervenção algorítmica (VAN DJICK, 2017, AMOORE, 2020, GROHMANN, 2020; CRAWFORD, 2021, LEMOS, 2020c, 2021, SANTAELLA; KAUFMAN, 2021). Tampouco se pode dizer que tal extração “revela mais informação sobre o comportamento humano do que grandes quantidades de água marinha indicam sobre a poluição” (VAN DJICK, 2017, p. 46-47).

A dataficação da vida se dá, aponta Lemos (2021), em três grandes áreas: o conhecimento, que é traduzido em dados e transformado em padrões; a sociabilidade, sendo as relações sociais objeto de quantificação; e a natureza, com a extração de recursos ambientais e o consumo energético de *datacenters*. “Certamente, a dataficação da vida é um motor desse

quarto *bios* midiático⁶, integrando a vida humana e a natureza à lógica do capitalismo de vigilância” (LEMOS, 2021, p. 199). Tais dados são consumidos pelas plataformas ou, /especificamente, seus algoritmos.

Tais ferramentas desenvolvem um curadoria de conteúdos e desenvolvem um tipo específico de sociabilidade (VAN DJICK; POELL; DE WALL, 2018, BUCHER, 2018, GILLESPIE, 2018). São ferramentas de visibilidade, dispositivos de reconhecimento, que apontam o que será ou não percebido – sendo, assim, instrumentos de poder (AMOORE, 2020, CRAWFORD, 2021). Ressalta-se, ainda, que reduzem as probabilidades: os sistemas de aprendizado de máquina sempre vão lidar com diversos *inputs* a partir do cálculo de probabilidade; dessa forma, não importa o quão complexa uma situação é, oferecem um único *output* (AMOORE, 2020).

A PDPA são, como argumenta esta tese, condição essencial para a produção, disseminação e consumo de *fake news*: há intervenção direta das plataformas e suas interfaces na desinformação. Considera-se que *fake news* são mensagens falsas – que parecem verdadeiras – cuja distribuição busca influenciar e enganar grupos específicos, simulando documentos e inscrições que sustentem que dizem (LEMOS; OLIVEIRA, 2021). Para as entender – e, também, como alteram o jornalismo – é preciso observar a PDPA.

1.3 Questões de pesquisa e hipóteses

Considerando que as *fake news* e o jornalismo são fundamentados de forma diversa; levando em conta o contexto atual da cultura digital e as transformações que introduz na prática jornalística e, também, na desinformação, a presente tese busca entender melhor a relação entre jornalismo, *fake news* e referências. Esta investigação é guiada pelas seguintes indagações:

Q1: De que modo a produção, circulação e consumo de conteúdos intencionalmente e verificadamente falsos, produzidos de forma a parecerem verdadeiros e circularem amplamente em cascadas (*fake news*), está relacionada ao contexto contemporâneo da cultura digital, caracterizado pela plataformização, dataficação e performatividade algorítmica?

Q2: Como esses conteúdos falsos afetam o jornalismo e a produção jornalística da verdade?

São hipóteses relacionadas:

⁶ Lemos (2021) retoma a obra de Muniz Sodré, em que esse apresenta os três *bios* aristotélicos acrescidos de um “*bios* midiático”. Aponta, então, que a dataficação é o motor desse quarto *bios*, mas perpassa todos os outros, sendo “forma de ação na constituição dos quatro bios pelo modo da comunicação” (LEMOS, 2021, p. 199).

Hipótese A – As *fake news* são um dispositivo agencial⁷ que cria adesão ao afetar quem consome tais conteúdos falsos. Isso só é possível porque elas não são apenas o conteúdo de uma mensagem, mas toda uma rede que é mobilizada para que se propague desinformação e se crie grupos de adesão e/ou repulsa. Para entender as *fake news*, na contemporaneidade, é preciso considerar o contexto de plataformização, dataficação e performatividade algorítmica, pois elas são resultado dele e também o modificam. Quando, por exemplo, uma plataforma é questionada por críticos por permitir que nela circule desinformação, ela modifica sua interface e políticas de uso, o que implica na formação de novas formas de *fake news*.

Nesse sentido, a materialidade de aplicativos de mensagens instantâneas, como o WhatsApp, influencia na produção, circulação e consumo de *fake news* no contexto brasileiro. A natureza das conversas, a interface, a encriptação do *app*, além de outros aspectos, formatam os usos possíveis daquele aplicativo e, em associação com outros atores, produzem as *fake news*. Sugere-se que os grupos de conversa, nesses aplicativos, são espaços de homofilia, e que o que é compartilhado não é questionado em função de laços de confiança que são desenvolvidos entre os membros. A facilidade de compartilhar o conteúdo (a existência de botões específicos para compartilhamento), a efemeridade das mensagens (sua pequena duração na conversa), e a própria natureza da apresentação de *links* (o aplicativo apresenta uma miniatura, mas a URL é aberta no navegador, de modo que o usuário precisa sair do *app*) explicam a participação do WhatsApp na circulação de *fake news*.

Hipótese B – O jornalismo profissional pauta a produção de verdade a partir de um método que busca desenvolver cadeias de referência, isso é, manter determinada relação com o fenômeno relatado ao mesmo tempo que este é “reduzido” de forma a ser apresentado na matéria jornalística. Nesse processo, diversas ferramentas metodológicas são utilizadas, a fim de conceder alguma imutabilidade ao fato (manter seus principais aspectos) garantindo sua mobilidade (a capacidade de relatá-lo em um texto curto). Os processos organizacionais, a rede de fontes, a noticiabilidade, a linha editorial, condições da cobertura e valores pessoais participam dessa produção da verdade, mas não inviabilizam completamente a relação entre o fato narrado e a narrativa produzida. Isso porque existem cadeias de referência: o texto

⁷ Por dispositivo agencial, busca-se apontar que as *fake news* não são somente o conteúdo, mas uma rede de associações específicas que envolve o espaço em que são compartilhadas, por quem são compartilhadas, de que modo, as intenções dos produtores – materializadas pelas decisões que esses tomam: busca-se enganar o maior número de pessoas, de modo que se escolhe a plataforma em que o conteúdo circulará mais amplamente, por exemplo –, assim como quem as consome e compartilha, as plataformas, suas interfaces e algoritmos e outros atores. Essa rede tem agência, na medida que interfere nas controvérsias: *fake news* sobre o coronavírus, por exemplo, incentivaram o consumo de drogas ilícitas e atrapalhado as políticas públicas de enfrentamento à doença.

jornalístico (aspectos textuais do gênero, como a pirâmide invertida, a ausência de adjetivação, o uso judicioso de aspas), o método utilizado na entrevista, apresentação do contraditório, dentre outros. Paralelamente a isso, busca-se uma objetividade jornalística que “purifica” o fato narrado: técnicas de apuração e redação buscam separar no texto jornalístico o fato relatado dos valores e sentimentos de quem o relata.

As *fake news*, por sua vez, são mensagens que permitem relatar um fenômeno em algum texto, mas não buscam manter uma vinculação com os principais aspectos desse fato. Desenvolvem cadeias de referência menos extensas, baseadas na utilização do formato jornalístico de redação ou na apresentação de uma foto, imagem ou vídeo fora do contexto. Apesar disso, tensionam a produção jornalística da verdade, já que parecem verdadeiras e são amplamente compartilhadas, o que as faz parecer ainda mais credíveis, mas apresentam visões distintas de um fato daquelas apresentadas pelos jornais. No entanto, são geralmente redigidas de um modo que denota valores e sentimentos específicos, que busca emocionar quem as lê, criando grupos de adesão e/ou repúdio, levando seu leitor a questionar a veracidade de relatos diferentes daqueles apresentados nas *fake news*, desconsiderando-os.

1.4 Objetivos

O objetivo geral dessa tese é *compreender as fake news no contexto contemporâneo da cultura digital, marcado pela plataformização, dataficação e performatividade algorítmica (PDPA – LEMOS, 2020b, 2020c). Busca-se problematizar e entender seus tipos, formas de circulação, os atores envolvidos em sua produção, circulação e consumo, sua relação com o jornalismo e com a produção jornalística da verdade.*

Como objetivos específicos, propõe-se:

- Identificar de que modos a circulação de conteúdos intencionalmente e verificadamente falsos resultou, ao longo da história, na formação de grupos de apoio ou repúdio a um ponto de vista específico em uma controvérsia política, problematizando possíveis mudanças oriundas do atual contexto de plataformização, dataficação e performatividade algorítmica;
- Descrever práticas material-discursivas usadas por jornalistas ao longo da história na produção da verdade jornalística e problematizar como a circulação de *fake news*, em um contexto de plataformização, dataficação e performatividade algorítmica, afeta esses processos.

1.5 Procedimentos metodológicos

Apresenta-se, a seguir, o labirinto de dados percorrido no desenvolvimento dessa pesquisa, assim como o fio de Ariadne e os tampões de cera que preveniram esse pesquisador de sucumbir ao canto sedutor dos dados. Considerando os objetivos apresentados anteriormente, propõe-se uma pesquisa básica, exploratória e descritiva, com abordagem quanti-qualitativa, considerando três casos distintos: o *kit gay* em 2018, a série de reportagens publicada pelo *The Intercept Brasil* em 2019 conhecida como Vaza Jato e a Covid-19 – especificamente o primeiro ano da pandemia, 2020. Os procedimentos metodológicos adotados são apresentados na Imagem 4.

Há dois tipos de fontes de dados consideradas nesta pesquisa. As fontes “síncronas” são compostas por documentos publicados enquanto havia uma controvérsia aquecida, ainda que a coleta de tais dados tenha sido posterior. É o caso das checagens de dados, dos conteúdos falsos que circularam no WhatsApp e de tuites sobre o *kit gay* e a Vaza Jato. Por sua vez, as fontes “assíncronas” são documentos produzidos posteriormente, como o diário de campo do pesquisador e, também, as entrevistas com checadores. Por sua natureza distinta, cada fonte recebe um tratamento específico. O *corpus* de checagens analisadas é apresentado na Tabela 1. Já os conteúdos falsos são indicados na Tabela 2.

Tabela 1 - Composição do *corpus* de checagens

Caso	Coletadas	Excluídas	Corpus
<i>Kit gay</i>	30	11	19
Aos Fatos	21	7	14
Lupa	9	4	5
Vaza Jato	27	7	20
Aos Fatos	14	6	8
Lupa	13	1	12
Covid-19	676	57	619
Aos Fatos	251	18	233
Lupa	425	39	386
Total	733	75	658

Fonte: elaborado pelo autor, 2023.

Tabela 2 - *Corpus* de conteúdos falsos analisados

Caso	Checagens	WhatsApp	Corpus
<i>Kit gay</i>	16	-	16
Vaza Jato	10	5	10
Covid-19	254	100*	354
Total	280	105	385

* para a análise por visão computacional, foram consideradas todas os conteúdos falsos sobre a Covid-19 coletados no Monitor de WhatsApp, no total de 770 imagens.

Fonte: elaborado pelo autor, 2022.

Cada etapa da análise está relacionada a um dos objetivos da tese. Para melhor apresentação dos procedimentos metodológicos, pode-se dividi-los em três etapas distintas: a análise das cadeias de referências convocadas por conteúdos falsos (capítulo 2 e 3), a análise de cadeias de referência convocadas pelas checagens (capítulos 4 e 5) e a análise de interface e consumo de conteúdos falsos (capítulo 6). Ressalta-se que a descrição detalhada da metodologia será apresentada em cada um dos capítulos, embora tais procedimentos sejam introduzidos na imagem 4. Vale pontuar, ainda, que os procedimentos metodológicos aqui adotados foram desenvolvidos após a aprovação do Comitê de Ética da Faculdade de Farmácia da Universidade Federal da Bahia, conforme o parecer 4.625.326, de 01º de abril de 2021.

Imagem 4 - Fluxograma dos procedimentos metodológicos



Fonte: dados da pesquisa, 2022

1.5.1 O kit gay

Uma mamadeira cuja tampa possui formato fálico. O objeto, comprado em um *sex shop*, protagoniza um vídeo que circulou no Facebook. Alguém segura a mamadeira em uma das mãos e grava o vídeo com a outra mão, na vertical. Indignado, essa pessoa denuncia que o Partido dos Trabalhadores (PT) estaria distribuindo mamadeiras eróticas em creches. O homem diz que tal objeto foi oferecido às crianças como um modo de combater a homofobia. O vídeo, que foi postado no Facebook em 25 de setembro de 2018 e teve mais de 3,4 milhões de visualizações, foi compartilhado mais de 92 mil vezes e teve mais de 500 comentários. Para compreender esse vídeo, é preciso considerar de modo mais amplo a história do chamado *kit gay*, alcunha maliciosa dada ao projeto Escola sem homofobia, desenvolvido pelo Ministério da Educação (MEC) no primeiro governo de Dilma Rouseff⁸.

O projeto foi desenvolvido pelo MEC a partir de emenda orçamentária da Câmara dos Deputados e por ser o Brasil signatário da Declaração Ministerial da Cidade do México Prevenir através da Educação, em 2008. O Escola sem homofobia envolvia quatro etapas: pesquisa qualitativa em onze cidades brasileiras – o Rio de Janeiro não estava inicialmente entre os contemplados, mas o governo estadual teve interesse na pesquisa e financiou sua realização ali –; encontros regionais em que foram traçados planos estaduais de ação; o material⁹ para professores e alunos, que seria distribuído após aprovação pela Secretaria de Educação Continuada, Alfabetização e Diversidade (SECAD / MEC) para seis mil escolas; treinamento da equipe da SECAD para aplicação do material. Em novembro de 2010, durante seminário na Câmara Federal, Carlos Laudari disse que o projeto tinha terminado.

No entanto, em 30 de novembro de 2010, o então deputado Jair Bolsonaro começa uma cruzada contra o projeto, ao qual acusa de estar convertendo crianças e adolescentes em homossexuais. A partir de então, Bolsonaro vai a canais de TV, faz panfletagem em Copacabana e busca o apoio da bancada religiosa – que só viria em 2011, na esteira da votação do projeto de lei complementar que combatia a homofobia. Naquele ano, todas as ações do projeto foram descontinuadas. Isso não impediu, contudo, que o *kit gay* fosse ressuscitado em todas as eleições em que o então ministro da Educação, Fernando Haddad, concorria.

⁸ As informações apresentadas a seguir baseiam-se em notas taquigráficas da Câmara Federal, e em tweets que mencionam o termo “kit gay” publicados desde junho de 2010, exceto quando outra fonte for citada.

⁹ O MEC passou à ONG Pathfinder a execução do projeto Escola sem homofobia. A Pathfinder repassou, então, a Ecos – Comunicação em Sexualidade o desenvolvimento das cartilhas e dos vídeos. Em 2009, o então diretor da Pathfinder, Carlos Laudari, disse em audiência pública organizada pelas comissões de Legislação Participativa e Educação e Cultura, realizada em 22 de dezembro de 2010, que o MEC já tinha recebido alguns materiais do projeto e estava os avaliando, antes de distribuí-los.

A adesão da bancada religiosa foi acompanhada por um patrulhamento ideológico que movimentou grupos de evangélicos, especialmente no Facebook, desde 2011. Também criou um contexto cognitivo e semântico que permitia, em qualquer momento, a ressurreição de teorias conspiratórias sobre uma suposta agenda pró-homossexualidade do Estado – contexto que Oliveira (2019) chamou de latência. Na eleição presidencial de 2018, a “mamadeira de piroca” é muito mais um alerta do que teria feito o PT do que, na prática, uma denúncia. É uma chamada para ação (*call to action*), que só é possível pois há um contexto cognitivamente ressonante (CALVO; ARUGUETE, 2020).

1.5.1 Vaza Jato

Em 16 de junho de 2019, a conta @oppavaomisterio trouxe denúncias sobre o envolvimento do editor do *The Intercept Brasil*, Gleen Grenwald, seu esposo, David Miranda, e o ex-deputado federal Jean Wyllys com *hackers* russos. A conta tinha sido criada no dia anterior, e foi suspensa pelo Twitter no mesmo dia. Não antes que a *hashtag* #ShowdoPavão chegasse aos tópicos mais comentados (*trending topics*, ou TT) em todo o mundo, o que indica ação de *bots*. Quando a conta é deletada, as denúncias continuam, mas em grupos de política no Telegram e no WhatsApp.

Uma semana antes, em 9 de junho, o *The Intercept Brasil* iniciava uma série de reportagens que trazia mensagens trocadas por meio do Telegram entre procuradores da operação Lava Jato e o então juiz Sérgio Moro. A publicação foi acompanhada de reações do Ministério Público Federal do Paraná, assim como de Moro, agora ministro da Justiça e Segurança Pública no governo Bolsonaro. No WhatsApp e no Telegram, diversos conteúdos de baixa qualidade informativa repercutiam o escândalo apresentado pelo *The Intercept Brasil*. Muitos deles procuravam destruir a reputação de Gleen Greenwald e David Miranda.

Em análise anterior sobre o caso, foram considerados três momentos específicos: latência, estabilização e compartilhamento. “A latência se refere ao momento em que circula uma miríade de boatos, conteúdos falsos e teorias conspiratórias isolados e fragmentados” (OLIVEIRA, 2019, p. 3) sobre os envolvidos; sendo a estabilização “relacionada a um evento específico e envolve a criação de uma narrativa que reúne os boatos e teorias conspiratórias em um compêndio “estável”, um discurso único e “forte”” (p. 4). “Por fim, o compartilhamento envolve a disseminação ampla do conteúdo falso em redes sociais digitais: nesse caso, iniciado por *bots* e, a partir de então, torna-se uma ação orgânica de usuários pró-Lava Jato” (p. 4), o que se deu nas publicações do *Pavão Misterioso* e suas contas reservas.

1.5.1 Covid-19

É possível relatar a pandemia de Covid-19 sob diversos vieses, mas em nenhum deles há conforto em tal exercício. A crise sanitária foi acompanhada de tragédias pessoais, econômicas, políticas, do descrédito às instituições e crises de veridção da informação. Aviões e comércio parados, imensidão de covas abertas, o luto interrompido pelos caixões fechados e a total apatia do governo federal brasileiro (CESARINO, 2022).

Os efeitos sociais da Covid-19 estiveram sob o escrutínio de diversos pesquisadores, que buscavam compreender os complexos arranjos que acompanharam os vírus. A pandemia e seus entrelaçamentos foram objeto do *In Vitro*¹⁰, série de publicações do Laboratório de Pesquisa em Mídia Digital, Redes e Espaço (Lab404), no qual a presente tese foi gestada. Há, inclusive, um texto deste pesquisador no compêndio. Traz-se destaque, entretanto, ao texto “A construção do novo coronavírus”, de André Lemos, que afirma que

o vírus está longe de ser apenas uma entidade biológica isolada, provocando doenças nos humanos e se difundindo na velocidade das trocas mundiais. Antes de ser um objeto natural, ele é resultado de entrelaçamentos de múltiplas instâncias e agências. Ele é “*natureculture*” (Haraway). O vírus e sua epidemia formam um “dispositivo” (Foucault), um “fenômeno” (arranjos agenciais que geram as entidades – Barad), um vírus *assemblage*. (LEMOS, 2020a, não paginado).

No momento da escrita desta seção, a pandemia não deixou de existir, mas tampouco proíbe grandes aglomerações ou que se viva plenamente o verão soteropolitano. Seus rastros e entrelaçamentos, contudo, permanecem: nas vizinhanças do Porto da Barra, ponto turístico da capital baiana, está o Hospital Espanhol, utilizado no atendimento aos infectados com a Covid-19. A pandemia também demarca a presente tese, não somente como o caso com maior número de conteúdos analisados, mas por ter definido o contexto político dos últimos dois anos. Apresenta-se aqui um recorte, complementado pelas diversas pesquisas que discutem o tema produzidas nesse período.

1.6 Caminhos da tese

A primeira seção deste documento é composta pelos capítulos 2 e 3 e se dedica à investigação das *fake news* e as referências por elas convocadas / produzidas. Objetiva *identificar de que modos a circulação de conteúdos intencionalmente e verificadamente falsos*

¹⁰ Disponível em <http://www.lab404.ufba.br/in-vitro/>.

resultou, ao longo da história, na formação de grupos de apoio ou repúdio a um ponto de vista específico em uma controvérsia política. Está relacionada à **Q1** e à **Hipótese B**.

O capítulo 2 faz uma digressão sobre a história da desinformação considerando seu contexto material de circulação, a associação entre humanos, meios de comunicação, legislação etc. que permitiu sua disseminação. Segue para um debate sobre a propaganda e outras estratégias de gestão de públicos que resultam da psicologia social. Por fim, apresenta um conceito de *fake news* com base nos modos de existência de Latour (2019). Parte, então, para a apresentação da literatura sobre desinformação e do debate político sobre o tema no país.

A análise de conteúdos falsos sobre o *kit gay*, a Vaza Jato e a Covid-19 são o mote do capítulo 3. São apresentados os procedimentos de coleta, a matriz de análise, a ferramenta de visão computacional adotada e as limitações de pesquisa. Parte-se, então, para a descrição dos usos de fontes para fundamentar a desinformação, assim como as redes de etiquetas e entidades da *web* identificada na visão computacional. Os resultados da análise corroboram a **Hipótese B**.

Os capítulos 4 e 5 compõem a segunda seção, que descreve a objetividade jornalística e sua produção por meio das cadeias de referência. Intenta *descrever práticas material-discursivas usadas por jornalistas ao longo da história na produção da verdade jornalística e problematizar como a circulação de fake news, em um contexto de plataformação, dataficação e performatividade algorítmica.* Relaciona-se à **Q2** e à **Hipótese B**.

No quarto capítulo, apresenta-se uma história material da notícia e da objetividade jornalística. Compara-se, ainda, o discurso de objetividade proposto na literatura acadêmica sobre o jornalismo com aquela produzida pelo modo da referência [REF]. Discute-se, ainda, as assimetrias da relação entre plataformas e empresas jornalísticas. Por fim, são apresentadas as agências de checagem cujos textos compõem o *corpus* desta parte da pesquisa.

Tal análise é apresentada no capítulo 5, que inicia com a descrição dos procedimentos metodológicos de coleta, análise, codificação e entrevistas realizadas. Também são indicadas suas limitações, algumas delas relacionadas com a assimétrica relação entre plataformas e empresas jornalísticas. É apresentada a análise das cadeias de referência que sustentam as checagens, as redes de fontes e os dados quantitativos da pesquisa. Os resultados também corroboram a **Hipótese B**.

Por fim, a última seção é formada pelos capítulos 6 e 7 e conclui a presente tese. O capítulo 6 busca *compreender as fake news no contexto contemporâneo da cultura digital, marcado pela plataformação, dataficação e performatividade algorítmica.* Relaciona-se à **Q1**

e à **Hipótese A**. Por sua vez, o último trecho da tese (7) apresenta as considerações finais da pesquisa, retomando o que foi aqui discutido.

O capítulo 6 apresenta parte do diário de pesquisa e, também, a aplicação do método passo a passo (*walkthrough*). Enfoca a relação entre a PDPA e a produção, circulação e consumo de conteúdos falsos, de modo semelhante ao já desenvolvido em pesquisa anterior (LEMOS; OLIVEIRA, 2021). Aponta como a materialidade de aplicativos da Meta potencializa a distribuição de conteúdos falsos, assim como procura discutir o Projeto de Verificação de Fatos Independente (3PFC) da plataforma. Por fim, pontua aspectos da circulação de conteúdos falsos relacionados aos casos analisados. Os resultados corroboram a **Hipótese A**.

Por fim, a conclusão (7) retorna às análises desenvolvidas ao longo da tese e, com o apoio da literatura acadêmica nela citada, explica a relação entre PDPA, referências, *fake news* e checagens. São indicados aspectos materiais da produção e circulação de conteúdos falsos, assim como o papel central das plataformas nesse contexto. Ainda se indica a relevância das cadeias de referência como fulcro teórico e metodológico para a análise da desinformação. Por fim, ressalta-se as limitações da presente tese e futura agenda de pesquisa.

Descrito o caminho percorrido por esta tese, convida-se o leitor a analisar os conteúdos falsos sobre o *kit gay*, a Vaza Jato e a Covid-19. O próximo capítulo busca apresentar uma história material da desinformação a partir dos aspectos materiais de sua circulação. Também apresenta uma definição de *fake news* com base no modo da referência [REF]. Procede, ainda, a análise de referidos conteúdos.

SEÇÃO 01
fake news e referências

2 FAKE NEWS:

HISTÓRIA, CONCEITO E CARACTERÍSTICAS

Na introdução, foram apresentadas as questões de pesquisa, as hipóteses, a fundamentação teórico-metodológica e os casos analisados. Nos capítulos 2 e 3 faz-se um breve histórico da desinformação, conceitua-se fake news e se desenvolve a análise de conteúdos falsos relacionados aos casos analisados.

Uma fotografia tirada no gramado da Casa Branca em 07 de fevereiro de 2020 circulou amplamente no Twitter. Ficou notória em função da cor da pele bronzeada do então presidente dos Estados Unidos, Donald Trump. O político argumentou que se tratava de *fake news*, pois a imagem teria sido manipulada digitalmente, o que foi amplamente discutido na imprensa¹¹. De fato, as cores da imagem foram distorcidas, o que indica sua alteração, como demonstraram Meyer e colaboradores (2020). Apesar disso, cabe questionar: o falso bronzeado pode ser chamado de *fake news*? Argumenta-se aqui que o falso bronzeado é uma forma de desinformação, mas não *fake news*.

Essa distinção é importante. Primeiramente, porque o termo *fake news* foi cooptado por grupos políticos, especialmente aqueles vinculados à extrema-direita. Dessa forma, seu uso deixa de ser recomendado em alguns países, que sugerem a adoção do conceito de “desinformação” e suas variantes (TANDOC, 2019; WARDLE; DERAKHSHAN, 2017¹², 2019). Em segundo lugar, há um contexto cultural específico definido pela plataformização, pela dataficação e pela performatividade dos algoritmos (LE MOS, 2020b, 2020c) que demarca as condições de existência da desordem informacional contemporânea. Por fim, vale destacar

¹¹ O falso bronzeado foi discutido na imprensa estadunidense e internacional: *Business Insider* (<https://www.businessinsider.com/trump-photo-tan-line-photoshop-orange-face-2020-2>), CNN (<https://edition.cnn.com/2020/02/10/politics/donald-trump-photoshop-tan-face-photo/index.html>), CNBC (<https://www.cnbc.com/2020/02/08/trump-blasts-photo-showing-tan-line-as-photoshopped.html>), *New York Magazine* (<https://nymag.com/intelligencer/2020/02/trump-real-photo-orange-tan-skin.html>), *Vox* (<https://www.vox.com/policy-and-politics/2020/2/8/21129275/trump-tan-line-face-photo>), *The Guardian* (<https://www.theguardian.com/us-news/2020/feb/08/trump-tan-line-picture-forehead-hair>), dentre outros.

¹² “Wardle e Derakhshan (2018) dedicam o seu artigo incluído nesse mesmo volume da Unesco à defesa da nomenclatura “desordem da informação” e de seus suplementos: formatos da informação incorreta, desinformação e má informação” (SANTAELLA, 2021b, p. 65).

que as características materiais de circulação da desinformação são distintas ao longo da história, assim como seus objetivos o são.

Imagem 5 - Donald Trump aponta que fotografia manipulada é *fake news*



Fonte: Meyer e colegas (2020, p. 2)

Apresenta-se, nesse capítulo, uma breve história do uso instrumental da desinformação a fim de reunir grupos de apoio ou repúdio a um ponto de vista específico em uma controvérsia política. Ainda se busca observar de que modo a plataformização, a dataficação e a performatividade algorítmica alteram esse contexto. Ressalta-se que este é o objeto do capítulo 6. Desse modo, a presente seção tem como agenda discutir o conceito de desinformação e suas distinções em relação ao conceito de *fake news*. Para tanto, recorre à literatura, discutindo especificamente o que são *cadeias de desinformação*.

Neste sentido, os capítulos 2 e 3 intentam atender ao seguinte objetivo específico: Identificar de que modos a circulação de conteúdos intencionalmente e verificadamente falsos resultou, ao longo da história, na formação de grupos de apoio ou repúdio a um ponto de vista específico em uma controvérsia política, problematizando possíveis mudanças oriundas do atual contexto de plataformização, dataficação e performatividade algorítmica (PDPA).

2.1 Princípios para uma história da desinformação

Rua do Ouvidor, no Rio de Janeiro de 15 de novembro de 1889. No último dia do Império brasileiro, um boato circulava em todo o centro da capital federal. Dizia-se que Dom Pedro II havia ordenado a prisão do Marechal Deodoro da Fonseca à Guarda Negra, destacamento oficial do imperador. Tal bochicho garantiu o apoio do militar ao movimento republicano. Desse modo, a República foi proclamada sob boatos, que dela iriam fazer parte.

Traçar a história da desinformação é tarefa árdua, tanto pelo desafio de produzir uma verdadeira história da mentira quanto pela dificuldade de conceituar desinformação. No caso das *fake news*, não é a história do erro ou da verdade, mas de um uso intencional do engano, como lembra Derrida (1996). Diante desse desafio, prefere-se desenvolver uma perspectiva material da história da desinformação. A partir desse resgate, busca-se apontar em que as *fake news* se diferem do boato e da mentira.

Na Rua do Ouvidor, o boato circulava de boca a boca. Não foi o que se deu em Gana, em 18 de janeiro de 2018. Por *sms*, milhares de ganeses foram informados que um terremoto devastaria algumas cidades, o que gerou grande confusão e desespero (BURRELL, 2012). Se o boato que catalisou a República no Brasil foi transmitido junto com perdigotos, as mensagens que denunciavam o grande desastre em Gana só foram possíveis porque existe uma rede de telefonia móvel, composta por antenas, celulares, operadoras e seus respectivos planos de serviço, bem como a regulamentação pública sobre o espectro eletromagnético.

Isso, contudo, é diferente das *fake news*, que são um fenômeno específico da cultura digital na contemporaneidade, caracterizada pela PDPA. A desinformação em pleitos eleitorais recentes dependeu, especificamente, das plataformas: em 2016, a coleta de dados de usuários do Facebook pela *Cambridge Analytica* marcou a eleição estadunidense e, em 2018, o Brasil foi marcado pela distribuição em massa de conteúdos falsos pelo WhatsApp. Na eleição de 2022, o uso do mensageiro pela extrema-direita perde força, em reação ao banimento de contas pela Meta (CESARINO, 2022) e, também, pelo uso do Telegram e de outros *apps*, como o Gettr. Ademais, a estratégia digital da esquerda “sequestrou” a pauta diária das redes sociais mais utilizadas no país – também com o uso massivo de conteúdos desinformativos.

As *fake news* são mensagens falsas que parecem verdadeiras¹³, cuja distribuição segue uma intencionalidade específica de enganar e influenciar grupos específicos. Simulam cadeias

¹³ Tandoc, Lim e Ling (2017) apontam que são caracterizadas pelo grau de facticidade e a intenção imediata do autor de enganar – corroboram Santaella (2018, 2021b), Rachmanian (2022), dentre outros. As cascatas de informação (RECUERO; GRUNZT, 2019) resultam em uma ativação em cascata dos conteúdos falsos (CALVO; ARUGUETE, 2020). Por sua vez, Dourado (2020) discute a pretensão factual das *fake news*. Cesarino (2022) já aponta uma constante inversão de fato e ficção, em um contexto de crise constante em que esses “polos” são

de referência sólidas, a partir da manipulação de documentos e seu uso em contextos equivocados, a anonimização de fontes, dentre outras estratégias (LEMOS; OLIVEIRA, 2021). Sua distribuição se apoia nas plataformas de redes sociais, a partir de cascatas de desinformação (SUSTEIN, 2009, RECUERO; GRUNZT, 2019, O’CONNOR; WEATHERALL, 2019, CALVO; ARUGUETE, 2020), cuja interface participa e potencializa a circulação de tais conteúdos (OLIVEIRA, 2019, 2020; LEMOS; OLIVEIRA, 2021). Há um câmbio no modo como conteúdos falsos são produzidos, disseminados e interpretados (SANTAELLA, 2018), resultado da PDPA (LEMOS, 2020b, 2020c).

Mas, FN diferem dos rumores – embora também os produzam. O rumor, em si, é uma prática material-discursiva (BARAD, 2003, BURRELL, 2012) e sua materialidade está relacionada ao próprio corpo e à produção do discurso, que envolve as cordas vocais, os pulmões e a memória humana (BURRELL, 2012). O discurso, por si, implica em *performances* específicas: o rumor sobre o terremoto faz com que ganenses se organizem para resistir às intempéries, enquanto a suposta ordem de prisão do Marechal Deodoro funcionou como estopim para o levante republicano.

Um rumor não é necessariamente falso, mas faltam inscrições que permitem sua verificação. Embora o rumor seja materialmente produzido, sua duração é curta. São seus efeitos materiais que têm maior durabilidade, como lembra Burrell (2012). Parece estar entre a palavra circular do político [POL] e das palavras “*portadoras de seres capazes de renovar aqueles a quem são dirigidas*” (LATOURET, 2019, p. 249, grifo no original) do religioso [REL]: ambas marcadas por retomadas. Sua verificação não passa pelas inscrições das cadeias de referência [REF] e seus efeitos não dependem desse tipo de verdade: um *balão de ensaio* – informação verdadeira vazada por uma fonte para avaliar os efeitos de uma medida – e a alegação de que a represa de uma cidade estourou – ainda que a cidade não tenha uma represa, como aconteceu em Nova Friburgo em 2011 – têm efeitos em que os recebe.

O que torna os rumores distintos das *fake news*? Argumenta-se aqui que é sua produção e circulação, que podem prescindir das plataformas – enquanto as *fake news* são resultado da PDPA. Diferentes seres da técnica [TEC] são convocados para a produção e circulação de rumores e FN. As *fake news* são coproduzidas, circulam e são refutadas nas plataformas (como demonstra o capítulo 6), enquanto os rumores delas prescindem. A extensão da rede (que atores participam) que distingue rumores, FN e outras formas de desinformação.

substituídos por seu oposto, no que a autora chama de mimese invertida. A Hipótese B desta tese, por sua vez, supõe que as *fake news* buscam parecer verdadeiras por meio de cadeias de referências – essas, menos extensas que as do jornalismo profissional.

Segundo Burrell (2021), o rumor é produzido pela vibração das cordas vocais, precedida por processos químicos no cérebro, mas brevemente “deixa de existir”. Seus efeitos, contudo, são materializados: o levante dos militares contra a monarquia implica em uma organização material de tropas, na realização de ritos, dentre outros. Cabe problematizar, aqui, tal perspectiva, pois centraliza a origem do rumor no sujeito – em um ponto de vista claramente antropocêntrico. O rumor surge em um mundo social coproduzido por objetos e humanos e parece originar-se na lacuna entre a forma – modo da reprodução [REP] – e a produção de conhecimento sobre tal objeto [REF]¹⁴. Em outras palavras, o rumor – e outras formas de desinformação – parecem ser resultado do *duplo clique*, do conhecer sem a mediação das cadeias de referência. Criam uma ideia do objeto que não tem nada a ver com o objeto.

Burrell (2012) distingue entre aspectos e efeitos materiais de um rumor, sendo que um aspecto é aquilo que compõe materialmente o rumor e seus efeitos, aquilo que o sucede. Boatos e rumores – sinônimos na língua portuguesa¹⁵ – apontam para uma informação efêmera, enganosa, equivocada ou sem verificação, cuja origem é incerta. Sua aceitação e efeitos dependem de aspectos sociais e psicológicos – como discute o capítulo 6. Logo, o rumor também carrega em si as ondas da metamorfose [MET], que produzem a subjetividade.

A agência do rumor não depende apenas de seu contexto, mas de uma rede de atores: tome-se por exemplo outra situação ocorrida na República Velha. Sob a política higienista de Rodrigues Alves e o comando de Oswaldo Cruz, iniciou-se a vacinação da população carioca

¹⁴ Dentre os modos de existência, Latour (2019) aponta a *reprodução* [REP], caracterizada pelo quê permite a subsistência de algo. Em outras palavras, o modo REP busca o prolongamento dos existentes – a montanha permanece montanha por processos de erosão e outros que a permitem manter-se montanha mesmo diante de transformações – que objetivam a continuação. Para isso, estabelecem linhas de força, linhagens e sociedades. Sendo assim, há uma lacuna entre a forma do Monte Aiguille [REP] e o mapa que o relata [REF]. Caso alguém, tentado pelo *duplo clique*, resolva conhecer tal acidente geográfico sem pagar pelas inscrições (cadeias de referências), vai chegar a uma ideia sobre o monte que não se parece nada com o monte (*res extensa cogitans*). Nesse sentido, argumentamos que as diversas formas de desinformação se caracterizam por ampliarem a lacuna entre forma [REP] e relato: são uma espécie – intencional ou não - de *res extensa cogitans*, uma ideia sobre o objeto que não é capaz de chegar ao objeto. São resultado de uma forma de “conhecer” sem pagar pelas referências.

¹⁵ Registra Nascentes (2018, p. 115) que “*balela* é dito sem fundamento, notícia falsa. *Boato* é notícia, verdadeira ou falsa, sem autor conhecido e correndo a boca pequena. *Rumor* é boato muito vago”. Certamente não se pode confiar apenas no registro lexical para definir um termo, mas tal indicação aponta uma distinção semântica entre os tipos de desinformação. No entanto, tal definição não encontraria respaldo na literatura acadêmica do jornalismo, na qual a notícia anuncia fatos (SODRÉ; FERRARI, 1986), discute e expõe um fato ou uma série de fatos, relata a emergência do novo (LAGE, 1977, 2008). Nesta perspectiva, só poderia ser notícia o que é verdadeiro – o fato-*fe(i)tiche* jornalístico. Discute-se, no capítulo 4, o modo como o jornalismo produz verdade por meio das referências. O dicionário de sinônimos também aponta que mentira é “aquilo que não tem existência ou, se existe, possui outra feição que não é apresentada. *Caramilhola* é mentira frívola. [...] *Embuste* é mentira calculada, para enganar. *Inverdade*, mentira de luva de pelica”, como usou Machado de Assis. Já *lorota* seria um termo popular (NASCENTES, 2018, p. 114). Considerando a definição anterior, as *fake news* seriam um embuste.

contra a varíola. Corriam boatos que diziam que quem fosse inoculado iria adquirir feições bovinas, já que um líquido retirado em pústulas de vacas doentes era utilizado na produção do imunizante. Vale indicar que a população não acreditou nesses rumores à toa: a reforma do Rio de Janeiro foi executada com a expulsão da população pobre do centro, temia-se a visita de agentes de saúde, já que estranhos estavam invadindo as casas e ditando regras de higiene. E, assim, a capital federal – que já estava apinhada de problemas e desconforto social – explodiu em uma revolta que terminou com 945 prisões, 461 pessoas deportadas, 110 feridos, 30 mortos e a anulação de lei que criava a obrigatoriedade da inoculação.

Imagem 6 - *The Cow Pock; Or, the Wonderful Effects on the New Inoculation*, de J. Gillray (1802)



Fonte: Bartholomew e Radford (2012)

Desde 1853, grupos contrários a vacinação obrigatória foram criados, bem como circularam relatos – sejam publicados em jornais ou transmitidos boca a boca – sobre seus perigos e ineficiência. Antes disso, uma ilustração de 1802 – Imagem 6 – ressaltava os benefícios da inoculação: pessoas vacinadas são retratadas com pústulas, tumores e feições animais. Saltemos para 1998: um artigo publicado na *The Lancet* relatava que 12 crianças sofreram problemas gastrointestinais após tomarem a vacina tríplice viral (MMR), seguido por um pânico midiático que ligava a vacinação ao autismo. Embora dez dos 12 autores do artigo tenham se retratado em 2004, afirmando que não é possível perceber uma relação causal entre vacinação e autismo, tal publicação é uma arma discursiva utilizada pelos *antivaxxers*.

Tanto a Revolta da Vacina quanto o movimento antivacina não se baseiam em simples boatos. Uma rede envolve a produção, a circulação e o consumo desses boatos, já que há jornais e outras publicações periódicas que as distribuem. O movimento antivacina teve, até mesmo, uma referência “científica” publicada em uma das revistas mais renomadas do mundo. A circulação, contudo, não era tão pervasiva como essa permitida pelas plataformas na contemporaneidade – não surpreende que, na pandemia de Covid-19, conteúdos que indicavam que a vacina pretendia alterar o DNA, “causar” homossexualidade ou o controle mental do inoculado circularam amplamente. Aponta-se, aqui, que a extensão da rede convocada na produção, na circulação, no consumo e na refutação das *fake news* é um dos fatores que as distinguem de outras formas de desinformação – embora FN possam produzir boatos, ter uma fundamentação conspiracionista etc.

Os métodos adotados para compartilhar a desinformação hoje são outros. A utilização massiva do WhatsApp, com a automação do envio de mensagens, é uma dessas diferenças. Como aponta o capítulo 6, o aplicativo foi pensado de modo que, quando uma mensagem é encaminhada, os metadados que indicam sua autoria não são registrados, o que garante anonimato ao autor das postagens. Além disso, a criptografia ponta-a-ponta do *app* e o vernáculo da plataforma potencializam a disseminação de conteúdos falsos. Some-se o caráter “familiar” do WhatsApp: os grupos possuem no máximo 250 membros e geralmente se conversa com familiares, amigos ou, no máximo, amigos de amigos.

É nesse contexto que surgem campanhas contra a “*vachina*”, neologismo que agrega xenofobia e calúnia contra o país asiático. São conteúdos falsos distribuídos em diversas plataformas: discursos de políticos em cadeia nacional ou em *live* no Facebook, postagens distribuídas em *blogs* de política, textos publicados em grandes jornais retirados do seu contexto original, mensagens no WhatsApp, dentre outros contextos. A *vachina* já não causa autismo, mas ou transforma em jacaré ou realiza o implante de *nanochips* 5G – tecnologia essa que seria responsável pela pandemia. Não é preciso arriscar-se com a vacina se há cloroquina – assim como fizemos em 1918 com a espanhola, guardamos nossa fé para remédios ineficazes à base de quimino (SCHWARCZ; STARLING, 2020).

O pavor com o 5G também não é novo: celulares são apontados como causadores de câncer desde a década de 90. Uma das origens desse pânico é o epidemiologista George Carlo, entrevistado pela ABC em 1999 e autor de um livro, publicado em 2002, que afirmava que o uso de celulares triplica as chances de tumores cerebrais. O médico fundamentava sua argumentação distorcendo um artigo publicado no *Journal of the American Medical Association*, cujos resultados não apontavam nenhum dano causado pelo uso constante de

celular. As afirmações de Carlo foram questionadas por pesquisadores, mas pouco adiantou. Em 9 de agosto de 2000, o apresentador Larry King recebia em seu programa Larry Reynard, que afirmava que sua esposa desenvolveu câncer no cérebro apenas três meses após usar um celular pela primeira vez (BARTHOLOMEW; RADFORD, 2012).

Tão amplo foi o pânico causado por celulares nos Estados Unidos que, em 2009, uma deputada estadual do Maine propôs que os celulares deveriam ser vendidos com anúncios chamativos que destacassem seus malefícios à saúde (BARTHOLOMEW; RADFORD, 2012). Em um contexto de temor à tecnologia, não é de estranhar que grupos apontassem que a Covid-19 era causada pelas ondas eletromagnéticas do 5G. Entre abril e junho de 2020, mais de 300 municípios italianos baniram o lançamento da cobertura 5G em seus territórios, tanto em função de desinformação sobre a pandemia como pelo fato que a população já questionava a segurança de campos eletromagnéticos previamente (GERLI, 2021). No Reino Unido, antenas de celular foram destruídas (CESARINO, 2022).

Por sua vez, complôs comunistas não são novidade para nosso imaginário: o Plano Cohen previa um golpe de Estado, que foi prevenido por meio de um golpe de Estado de Vargas. Ocorre que tal plano nunca existiu, tendo sido descoberto por meio de um documento forjado. Complôs comunistas tampouco são nossa exclusividade: nos Estados Unidos, quando flúor começou a ser adicionado na água tratada encanada, houve quem acreditasse que se tratava de uma conspiração comunista para matar jovens (PATTERSON, 2013). No caso do Plano Cohen, o rumor é distribuído pelo próprio Estado, sendo disseminado por Vargas por meio de rádio. Vale considerar, no entanto, como o uso de distintas estratégias de disseminação de conteúdos falsos potencializa sua circulação e efeitos.

Uma tecnologia não é neutra. A estrutura de um banco de dados (DOURISH, 2017), a possibilidade de controlar alterações quando se revisa um texto no Word, o modo como os dados são armazenados no disco rígido, o tipo de tela utilizado em um *gadget*, dentre outros, alteram as possibilidades de uso e fazem fazer outras coisas. Da economia envolvida na extração de matérias-primas para a fabricação desses produtos (PARRIKA, 2015, CRAWFORD, JOLER, 2018) ao capitalismo de dados (ZUBOFF, 2020), há uma reorganização social oriunda de uma lógica orientada pelas plataformas (VAN DJICK; POEL; DE WALL, 2018, VAN DJICK, 2020). Neste contexto de PDPA (LEMOS, 2020b, 2020c), a produção, circulação e refutação de conteúdos falsos passa obrigatoriamente pelas plataformas (LEMOS; OLIVEIRA, 2021).

Falar sobre as *fake news* e sua materialidade implica na descrição da rede por elas convocada. Do autor ao usuário de plataformas de redes sociais que repassa tais conteúdos,

estão envolvidos regulamentos governamentais, redes de internet, diversas plataformas de redes sociais, *hardware* de celulares e computadores, dentre muitos outros aqui não listados. Tarefa árdua, mas que permite distinguir rumores de *fake news*. De forma sucinta: *a)* rumores não são necessariamente falsos, embora também circulem por parecem verdadeiros; *b)* assim como as *fake news*, circulam porque afetam emocionalmente [MET], são uma palavra religiosa, que une e salva [REL] e envolvem a circulação da palavra [POL], no entanto os rumores prescindem das plataformas; e *c)* *fake news* também produzem rumores, mas a rede envolvida em sua produção, circulação, consumo e refutação é muito maior, envolve as plataformas e, portanto, implica em uma maior dimensão desses conteúdos e seus efeitos. Para entender a desinformação e seus diversos tipos, é preciso observar como ela materialmente é produzida, disseminada e consumida. Como exemplo, vale olhar para a desinformação e seus diversos suportes.

Na campanha presidencial brasileira de 1921 foi um jornal diário que disseminou cartas falsas atribuídas a Arthur Bernardes. O *Correio da Manhã* publicou, a partir de 09 de outubro daquele ano, missivas supostamente escritas pelo político mineiro, em que havia ofensas a Nilo Peçanha e a militares. Outros jornais repercutiram as cartas, que também foram debatidas na Câmara dos Deputados e no Senado. Havia quem defendesse a inocência de Bernardes, assim como aqueles que insuflavam a controvérsia (ABREU, 2016).

As cartas foram enviadas a peritos na Europa, que deram pareceres diferentes sobre sua veracidade. Um dia antes da eleição, Oldemar Lacerda, responsável pela falsificação, confessou ao Clube Militar que havia obtido papel timbrado do governo de Minas Gerais e falsificado as cartas. A instituição não divulgou a confissão, mas isto não prejudicou a vitória de Bernardes. Oldemar Lacerda e Jacinto Guimarães foram em um cartório, em 24 de março de 1922, declarar que falsificaram as missivas, mas só comunicaram a imprensa em 31 de maio. Bernardes, embora “inocentado”, enfrentaria dissabores com os militares durante seu governo (ABREU, 2016).

Não são mais os bochichos na Rua do Ouvidor, mas a publicação das cartas falsas em um impresso. Estratégia antiga (a difamação), mas que agora está nos jornais e não em inscrições cunhadas em moedas, como fez Otávio para atacar Marco Antônio na Roma antiga (GREIFENDER *et al*, 2021). Outra falsificação relevante são os *Protocolos dos Sábios de Sião*, texto que fomentou o antissemitismo e o genocídio dessa população no Holocausto. Acredita-se que a publicação foi forjada por integrantes do regime czarista russo (BUCCI, 2019). Também foi apresentada em uma série de edições de um jornal russo, além de constar nos documentos anexos em livro publicado no país. A apresentação dos *Protocolos* tal qual um folhetim, a partir de uma publicação seriada, atualiza constantemente o conteúdo, garante um

senso de urgência, uma aparência de verdade – afinal, o jornal continua publicando, tal mensagem não foi refutada – e forma uma espécie de cascata de informação (SUSTEIN, 2009).

Por sua vez, na década de 60, jornais diários chilenos, como o *El Mercurio*, publicavam relatos exagerados de infiltração estrangeira, escassez de alimentos básicos e falsos planos de tomada de poder pela esquerda que resultariam em um golpe militar. Documentos da *Central Intelligence Agency* (CIA) apontam financiamento do governo estadunidense ao periódico, para impedir a vitória de partidos de esquerda nas eleições (CARTER, 2014). Tal exemplo demanda atenção: não se trata de conteúdos fabricados, tendo em vista que são relatos ampliados; tampouco somente erro jornalístico, considerando que há desequilíbrio proposital na cobertura, que a matéria ignora determinadas inscrições e amplia outras. Há, aqui, um vislumbre do que distingue a desinformação do jornalismo: o modo como as cadeias de referência são convocadas e sua extensão.

Passemos ao rádio e suas materialidades, que facilitaram a disseminação de qualquer conteúdo, seja noticioso ou desinformativo (GREIFENDER *et al.*, 2021). O caso mais relevante de desinformação por ele distribuída é, segundo Campbell (2010), um mito: o pânico atribuído à representação de *Guerra dos Mundos* teria sido superestimado. Nova York, 30 de outubro de 1938, véspera do *Halloween*. Supõe-se que, naquele domingo, uma multidão tivesse saído às ruas, buscando fugir de uma invasão marciana. O pânico teria se espalhado de costa a costa nos Estados Unidos, como reportaram jornais no dia seguinte. Os relatos noticiosos diziam que delegacias de polícia e jornais receberam uma quantidade incomum de chamadas, feitas por uma população preocupada e que queria checar se a suposta invasão estava em curso. Também se reportou que uma série de congestionamentos, uma fuga em massa e ataques cardíacos sucederam a representação de *Guerra dos Mundos*, feita no *Mercury Theatre on Air*, programa da CBS (SCHWARTZ, 2016).

Como argumenta Campbell (2010), os jornais que relataram tal pânico não possuíam formas confiáveis de testar ou apurar a veracidade de tal desespero dos ouvintes. Segundo o autor, tal mito é uma espécie de parábola sobre o poder do rádio e seu potencial para plantar pavor, pânico e alarmar a população. Vale ressaltar que aquela não era a primeira vez que o *Mercury Theatre on Air* era veiculado, de forma que os ouvintes sabiam que naquele horário era apresentada uma representação teatral radiofônica (SCHWARTZ, 2016). Ademais, não se tratava da primeira vez que o rádio era utilizado para disseminar rumores: em 1926, o padre Ronald Knox relatou uma grande revolta e caos na área central de Londres, totalmente ficcional, no programa de comédia e entretenimento que apresentava. Além disso, há diversos relatos de boatos sendo compartilhados por meio do rádio (BARTHLOMEW; RADFORD, 2012).

Há de se considerar que o rádio é um meio local que responde mais rápido a notícias urgentes, além de passar maior intimidade (BARTHLOMEW; RADFORD, 2012). Segundo McLuhan (2002), as características do meio estabelecem uma escuta passiva – já que não há deixas para preencher, por tratar-se de meio “quente” –, mas também potencializam a emergência de um tipo de líder específico. O autor destaca o rádio como “tambor tribal”, alcunha orientalista (CESARINO, 2022) e que reproduz uma percepção equivocada da Modernidade e seus *fe(i)tiches* (LATOUR, 2001). Registra-se, contudo, que a materialidade do rádio e a efemeridade de suas mensagens estabelece uma linguagem específica (FERRARETO, 2014), que determina se um conteúdo falso será mais ou menos distribuído.

No caso da representação de Orson Welles, reproduziu-se o radiojornalismo como recurso para garantir maior credibilidade. A gravação imitou um programa jornalístico, com boletins ao vivo dos lugares que haviam sido atacados por marcianos (SCHWARTZ, 2016). Em 20 de março de 1938, algo semelhante aconteceu na TV estadunidense: a NBC exibiu o filme *Special Bulletin*, que simulava um telejornal noticiando um atentado terrorista nos EUA. O mesmo ocorreu com o filme *Whithout Warning*, apresentado pela CBS em 1954, que simulava um noticioso relatando a iminência do choque de um grande asteroide com o planeta Terra (BARTHLOMEW; RADFORD, 2012).

Muitos outros casos surgem na TV: supostas epidemias e doenças que iriam dizimar a humanidade, programas de TV que causavam convulsões, o Chupacabra, dentre outros pânicos midiáticos (BARTHLOMEW; RADFORD, 2012). Não há espaço para uma apresentação desses casos – a introdução dessa tese discute a Grávida de Taubaté, um erro jornalístico que marcou a TV brasileira –, mas busca-se apontar que a imagem televisiva parece possuir caráter de prova. Não é uma dinâmica distinta do *Moon Hoax*, série de publicações do *New York Sun* em 1835 que apresentava ilustrações e relatava a descoberta de habitantes na Lua – tratava-se de uma estratégia para aumentar as vendas do periódico (BARTHLOMEW; RADFORD, 2012).

As formas de desinformação apresentadas até aqui se caracterizam por uma circulação ampla, ainda que restrita geograficamente – o boato circula nas interações face a face, enquanto jornais, rádio e TV também são limitados à área de cobertura de suas antenas transmissoras. Em relação a boatos e rumores, observou-se que precisam parecer verdadeiros, mas se o são pouco importa: seus efeitos dependem mais do compartilhamento desses conteúdos. Tome-se por exemplo, mais uma vez, o *balão de ensaio*: o governo Bolsonaro teve como política o vazamento de informações sobre mudanças ministeriais, a fim de observar a reação do público. Quando era negativa, voltava atrás, acusava a imprensa de ter disseminado mentiras e, alguns dias depois, fazia a troca de pasta anteriormente desejada. Nesse caso, é difícil falar em

falsidade e verdade como polos distintos e antagônicos, pois eles se reorganizam (CESARINO, 2022) – sendo ambos *fe(i)tiches* (LATOURE, 2002b).

2.2 Erros de categoria e formas de verificação

O leitor percebe que o breve histórico desenvolvido aqui não discutiu, ainda, o que caracterizaria as teorias da conspiração. Tampouco é muito explícito nas distinções entre rumor, boato, *slant media*, falsificação ou conspiracionismo. Como diria Latour, é preciso pagar pelas mediações e, antes de prosseguir para um breve relato da desinformação na internet – e sua materialidade –, é importante propor soluções. Propostas essas baseadas na Antropologia dos Modernos latouriana e seu modo da referência [REF], que permite observar que a verificação de um conteúdo depende das inscrições por ele convocadas (consultar a introdução desta tese).

Argumentou-se, anteriormente, que a validação (verificação) do boato está entre a palavra circular da política [POL] e a palavra de salvação do religioso [REL]. Não se acredita no boato por suas provas, mas porque ele tem implicações políticas relevantes – faz circular a palavra, permite o debate público – e une – reforça o discurso de um salvador, de um profeta. O que se buscou dizer é que ele não depende do modo de verificação da ciência [REF]: não exige a montagem de cadeias de referência, de inscrições obtidas por instrumentos de acesso específicos. Mas não se pode negar que há um grau de facticidade, ou ao menos uma pretensão factual no boato (DOURADO, 2020 SANTAELLA, 2021b, RACHANINAN, 2022). Existia, de fato, um contexto político que poderia implicar na detenção de Deodoro da Fonseca, assim como já houve terremotos em Gana. Há, então, algum grau de verificação que garante essa pretensão factual.

No entanto, como lembra Cesarino (2022, p. 67), “a hierarquia entre os extremos que outrora organizavam a forma global do sistema (por exemplo, público-privado, fato-ficção) se desestabiliza e os polos vão se reorganizando em novas combinações”. A partir do conceito de *mimese invertida*, a autora aponta que se vive em uma crise permanente e, nesse contexto, há uma reorganização sistêmica que não se encerra, o sistema não se estabiliza. Neste contexto, “os limites holísticos do sistema fazem com que a dinâmica de alternância entre as camadas fique assim “trancada” em inversões de fluxo, e o sistema passe a oscilar de forma caótica entre os extremos que o delimitam” (CESARINO, 2022, p. 67). Assim, a oposição entre os extremos assume uma nova forma em que um se apresenta como identidade invertida do outro: fatos são confundidos com ficções e vice-versa.

É sim possível identificar conflitos entre o que são fatos e ficções e muito se aponta que tal movimento resulta de uma crise permanente, da polarização política ou de uma

epistemologia tribal – criticada por Cesarino (2022) como uma perspectiva orientalista e míope, visto que a polarização é característica dos Modernos, que creem em seus próprios *fe(i)tiches*. No entanto, acredita-se que há dois problemas nessa perspectiva: *a)* sustenta-se no *fe(i)tiche* moderno de distinguir fatos e ficções; *b)* trata de um erro de preposição, um erro de categoria e, não necessariamente, uma crise social. A própria autora destaca “que o acesso ao real nunca se dá de forma direta” (p. 42). Falar em uma oposição fato-ficção parece reproduzir o *fato-fe(i)tiche* criticado por Latour. Por fim, é importante observar que diversos modos possuem formas de verificação distintas e a inversão entre verdade e ficção pode ser nada mais que um erro de preposição.

É possível atribuir a chuva à evaporação da água [REF] ou aos desígnios de Deus [REL] ou acreditar que ela causa sentimentos negativos [MET]. Cada um desses modos possui uma forma de verificação que permite que ambas as proposições sejam verdadeiras ao mesmo tempo. Mas não é possível dizer, na ciência, que a chuva é obra divina [REF], porque não haveria referências / inscrições que permitissem tal afirmação – é um erro de categoria que pode, sim, gerar em uma crise, mas não é dela resultado. O boato, os rumores, as teorias da conspiração, as *fake news*; a desinformação se sustenta na crença [REL] e nos efeitos “emocionais” de tal conteúdo [MET]. Mas não apenas na crença e na emoção: buscam simular cadeias de referência, inscrições que garantam uma pretensão factual, como destacam Lemos e Oliveira (2021).

Em um dos textos seminais sobre *fake news*, Tandoc, Lim e Ling (2017) argumentam que as *fake news* são caracterizadas por seu grau de facticidade e intenção de enganar o leitor. A pretensão factual desses conteúdos também é defendida por Dourado (2020), Santaella (2018, 2021b), Rachmanian (2022), dentre outros. Nesse sentido, argumenta-se aqui que é mais correto falar em um *continuum* entre um conteúdo verificável ou não verificável – como propõe Albarracín (2021) em seu estudo sobre a crença em teorias da conspiração. Sabe-se, contudo, do risco de propor apenas um contínuo – só modos de existência propostos por Latour (2019) são quinze, existindo uma forma de verificação em cada um. Proposições do modo [REL] são verificáveis nesse modo, não estando disponíveis ao escrutínio por meio das cadeias de referência [REF]. No caso das *fake news*, diz-se que são aceitas religiosamente porque seu discurso é uma palavra que une e salva, tal qual a palavra religiosa [REL]. Reforçam a narrativa de um mito, de um salvador. Interessa, aqui, tocar nas teorias da conspiração: como explica Albarracín (2021), promovem um sistema de crença em que se demanda que o leitor acredite na informação com base em uma evidência parca e, ao mesmo tempo, se satisfaça com a ausência de provas, já que as evidências teriam sido escondidas pelas elites. Sustentam-se na

suposta inscrição (falseada) que permite um entendimento específico do mundo [REF], desmontam a credibilidade das referências apontando que é um sistema falsificado e apelam para a crença na palavra revelada e salvadora [REL].

O homem não teria pisado na lua porque a bandeira estadunidense parecia ondular com vento, que não existe no satélite. Essa falsa inscrição é usada para questionar todo o sistema de verificação pelas referências [REF], apontar um complô e pautar a crença como forma de verdade. Nessa perspectiva, Albarracín (2021) destaca, em seu *continuum* de verificação, motivações de crença: busca do conhecimento (*knowledge motivation*), defesa do ego (*ego-defense motivation*) e integração social (*social integration motivation*). Aponta-se, contudo, que cada uma dessas motivações é, talvez, objeto da metamorfose [MET].

Nos últimos meses do ano, o Centro-Oeste é castigado por tempestades severas, que compõem o regime pluviométrico da região e encerram uma estiagem de quase seis meses. Essas chuvas se tornaram um problema nos acampamentos golpistas em frente aos quartéis do Exército em Brasília e em Goiânia. No entanto, para uma senhora que estava acampada, a causa das tempestades era outra: são culpadas as antenas do *High Frequency Active Auroral Research Program* (HAARP, ou Programa de Pesquisa de Aurora Ativa de Alta Frequência), projeto militar estadunidense hoje sob responsabilidade de uma universidade. Na lógica da militante bolsonarista, essas estruturas eram usadas para desmobilizar os acampamentos golpistas.

O vídeo¹⁶ em que a senhora denuncia a suposta intervenção estrangeira no regime de chuvas é marcado pelo aparente gozo dessa mulher ao dizer que sabia o que estava acontecendo. O prazer de saber o que o outro não sabe parece ser um componente do conspiracionismo (72 HORAS, 2022). É uma palavra salvadora [REL] restrita aos poucos iniciados, que produz subjetividades [MET] específicas. Tal mecanismo ainda promove o rompimento das inscrições e referências, mas um rompimento dúbio.

Como lembra Cesarino (2022), médicos que defendiam o tratamento precoce contra a Covid-19 o faziam com base em inscrições – a empiria, a percepção da melhora de pacientes – e invertiam a pirâmide de evidências científicas. A experiência anedótica passa a ter relevância, especialmente em uma controvérsia científica como a pandemia. Ao mesmo tempo, alguns desses médicos afirmavam que a documentação científica sobre a eficácia dos tratamentos ainda estava sendo preparada e que, sem dúvida, comprovaria sua eficácia. Não é à toa que defensores do tratamento precoce apresentaram, no Senado Federal, uma pletera de *preprints*, ensaios e “estudos” que comprovavam sua eficácia.

¹⁶ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=V7vNuheH0DA>

Há, contudo, um movimento paralelo: aquele que denuncia um grande complô da *big pharma*, das empresas de mídia e até mesmo de órgãos governamentais para esconder a eficácia desses medicamentos. O tratamento precoce é a panaceia que não apenas cura a doença, mas liberta o cidadão do *lockdown*, permite que a economia funcione e salva CNPJs da morte. A ausência de sua comprovação, portanto, só pode se dar pelo interesse mercadológico e político, por um grande esquema montado por aqueles que lucravam com a pandemia. Há, nessa dimensão conspiracionista, um apelo pela destruição da ciência (CESARINO, 2022).

São duas faces de uma mesma moeda: questiona-se o modelo vigente de ciência, que supostamente reproduz um elitismo e interesses comerciais. Ao mesmo tempo, se apontam evidências deste complô – e é aqui que o conspiracionismo se diferencia da crítica ao modelo científico – e se propõe que se ignore totalmente as provas científicas. No lugar, entram conhecimentos produzidos com base na empiria ou conhecidos em mídias alternativas. Uma *alt-science* que critica a ciência, mas não quer a suplantá-la, propõe seu redesenho, englobando-a. “Nesse mundo invertido, a verdade da natureza é acessada pela via da experiência pessoal, enquanto grandes causalidades são explicadas em termos sociais, pela revelação de agentes ocultos” (CESARINO, 2022, p. 267).

Vale lembrar que, conforme definem Mahl, Schäfer e Zeng (2022, p. 17, tradução de Cesarino (2022)¹⁷ e grifo presente no artigo original), teorias da conspiração são “explicações epistemológicas singulares que refutam explicações oficiais e oferecem, em seu lugar, *explicações alternativas para eventos ou práticas que envolvem indivíduos ou grupos que agem em segredo*”. Resultam, ainda, da crise de confiança em sistemas de peritos que “mediavam” para o senso comum algumas causalidades: imprensa, universidade, ciência etc. (CESARINO, 2022). Situação limítrofe, pois, como argumenta o climatologista do Collège de France ao ser questionado por um industrial, “se não tivermos *confiança na instituição científica*, o problema é muito grave” (LATOURE, 2019, p. 16, grifo no original¹⁸).

¹⁷ No texto original de Mahl, Schäfer e Zeng (2022, p. 17), “conspiracy theories can be defined as unique epistemological accounts that refute official accounts and instead propose *alternative explanations of events or practices by referring to individuals or groups acting in secret*”

¹⁸ Latour abre sua *Investigação sobre os modos de existência* com o relato de uma reunião entre industriais franceses e um pesquisador do Collège de France, ocasião em que se discutia a origem humana ou não das mudanças climáticas. Ao ser questionado por um dos empresários, o climatologista não apela para a Ciência como produtora de verdade, mas destrincha os procedimentos da ciência – os laboratórios, os instrumentos de acesso e as referências. Tal escolha, como avalia Latour (2019), foi arriscada, visto que a confiança nas instituições estaria abalada. Latour conta a anedota para mostrar que “é fácil de perceber, na resposta do professor, se não uma contradição, ao menos uma forte tensão entre o VALOR que ele quer defender – a objetividade – e o *relato* que propõe para definir este valor” (p. 19, grifo no original). Propõe, então, um dispositivo diplomático, pelo qual valores defendidos poderiam ser compartilhados, mas por relatos mais adequados, restritos da lógica do *fato-fe(i)tiche* e dos discursos do Moderno sobre si mesmo. “Os valores, para

Um exemplo desse movimento é um artigo publicado na *Nature* em 2015, que passou a ser utilizado para fundamentar teorias da conspiração que propunham que o Sars-CoV-2 foi desenvolvido em laboratório. Utiliza-se um artigo científico – produto da referência circulante, como destaca Latour (2001), suprassumo da Ciência – como evidência de uma conteúdo inverídico, aponta-se que o texto da pesquisa é apenas a ponta de um *iceberg* de provas escondidas pelo *establishment* e, portanto, tudo deve ser questionado: inclusive o próprio artigo que permitiu o vislumbre dessa evidência. Situação parecida se dá com a retratação de artigo da *Lancet* que apontava riscos relacionados ao uso de cloroquina e hidroxiclороquina no tratamento da Covid-19 (CESARINO, 2022); ou sobre a relação entre vacina e autismo (BARTHOLOMEW; RADFORD, 2012); assim como na polêmica afirmação da diretora da OMS sobre assintomáticos e transmissão.

Imagem 7 - Nature destaca, em nota, que artigo publicado na revista não apoia teorias da conspiração

Change history

30 March 2020 Editors' note, March 2020: We are aware that this article is being used as the basis for unverified theories that the novel coronavirus causing COVID-19 was engineered. There is no evidence that this is true; scientists believe that an animal is the most likely source of the coronavirus.

20 November 2015 In the version of this article initially published online, the authors omitted to acknowledge a funding source, USAID-EPT-PREDICT funding from EcoHealth Alliance, to Z.-L.S. The error has been corrected for the print, PDF and HTML versions of this article.

Fonte: captura de tela de artigo de Menachery e colegas (2015)

Tem-se, aqui, uma distinção entre teorias da conspiração e rumores: esses não acusam um “erro de preposição”, enquanto as conspirações exigem que sejam eliminadas as inscrições. É uma crença [REL] que se passa por escrutínio das cadeias de referência [REF], é um erro de preposição forçado: as inscrições da ciência são mal produzidas, portanto, devem ser destruídas. É o relativismo, *fe(i)tiche* iconoclasta, “absolutismo do ponto de vista” (LATOUR, 2019, p. 388). Os rumores, por sua vez, circulam entre as duas formas de verificação, quase que na *mimese invertida* de Cesarino (2022): ora se baseiam em sua pretensão factual, ora exigem crença.

que não desapareçam, devem ser diplomaticamente negociados. RELACIONISMO prático que busca, em um protocolo sobre como colocar em relação e parangonar, evitar as devastações do RELATIVISMO, esse absolutismo do ponto de vista” (p. 388, grifo no original).

Tem-se, agora, na análise das formas de verificação, uma ferramenta para a análise da desinformação e compreensão de seus tipos. Como sugere a Hipótese B, *as fake news parecem verdadeiras e são amplamente compartilhadas, o que as faz parecer ainda mais credíveis, mas apresentam visões distintas de um fato daquelas apresentadas pelos jornais*. Por meio da análise das cadeias de referência [REF] – afinal, o jornalismo e a ciência pautam-se na produção de inscrições – o capítulo 4 demonstra tal argumento. Antes, porém, é necessário discutir brevemente o uso político da desinformação (uma tarefa que não se completou na seção 2.1).

2.3 Uma mensagem para cada público

A sociedade democrática demanda a manipulação consciente e inteligente dos hábitos e opiniões das massas, argumenta Bernays (1928). Quem assim o faz, detém um governo invisível da sociedade e, geralmente, o faz por ser naturalmente um líder, estar em uma posição de destaque na estrutura social e ser capaz de fomentar ideias desejadas pelas massas. Bernays escreve a partir de uma tradição que considera que as vontades das “massas” deviam ser adestradas, perspectiva que é influenciada pela “era das massas” de Gustave Le Bon.

As massas, para Le Bon (1977, 1980), estão à mercê de estímulos externos e são muito sensíveis a esses. O mais gentil dos homens, quando está numa massa organizada, perderia sua individualidade e grande parte de sua civilidade. Isso porque a massa seria contagiosa, sendo todo sentimento e movimento por ela realizados infeccioso. Le Bon (1977, 1980) argumenta que as massas são femininas, voluntariosas, não sendo sua gestão uma tarefa fácil.

Para as massas, não haveria improvável: sua excitação explicaria a criação de propagação de boatos e lendas entre elas. O indivíduo, em uma massa, esquece-se de sua impotência: para ele, não há impossíveis. A interpretação que a massa faz dos eventos também é distinta: seu pensamento se daria por meio de imagens – sendo que uma imagem convocaria outras imagens que, não necessariamente, possuem conexão lógica com a primeira. A massa está em um estado de atenção expectante que a tornaria facilmente sugestionável (LE BON, 1977, 1980).

Desse modo, não se pode falar em uma premeditação das ações das multidões: todas elas estão acontecem sob a influência dos estímulos do momento. A massa seria intelectualmente inferior ao indivíduo isolado e suas ações são positivas ou negativas em função das sugestões que essa recebe (LE BON, 1977). Por sua vez, Trotter (1921) destaca a relação entre o caráter gregário (*herd instinct*, ou instinto de manada) do homem e sua sugestibilidade. O rebanho seria a única forma em que um humano conseguiria atingir sua plenitude, mas nele estaria sugestionável (TROTTER, 1921). Le Bon compara os indivíduos na massa a grãos de

areia que, juntos, são levados pelo vento. Sua personalidade consciente se esvai, dando lugar ao inconsciente e a contaminação de ideias. Na massa, todo sentimento é contagioso (LE BON, 1977, 1980).

Tal perspectiva ressalta o desassossego com o crescimento da população, a urbanização e a organização política de alguns grupos. Para Ortega y Gasset (2001), a massa é o homem médio – o autor considera que a massa é um adjetivo, que representa sua inspiração em ser distinto da maioria. Trata-se de uma perspectiva aristocrática que se considera distinta de um homem medíocre que só consome e só destrói. O homem-massa é considerado aquele que impõe suas opiniões, o que explicaria a ascensão de movimentos sindicalistas e, também, dos fascistas. As massas, para Ortega y Gasset (2001), não conseguem dirigir nem sua própria existência – isso porque são compostas de homens medíocres.

Em sua perspectiva, a sociedade está dividida entre minorias e massas: as primeiras são indivíduos ou grupos de indivíduos qualificados, enquanto as massas são pessoas não qualificadas, é o homem médio. Ortega y Gasset (2001) destaca que não se refere a uma divisão baseada em classes sociais, mas por quem não se valoriza e não se importa em ser idêntico aos outros. Dessa forma, não seria necessário que esse indivíduo estivesse em massa para se observar seu estatuto enquanto massa: é só verificar se ele procura ser diferente. Essa alma vulgar, que tem consciência de ser ordinária, quer impor seu direito de ser comum.

Ambas as perspectivas consideram uma distinção ética na sociedade, são pautadas pela defesa de um modelo aristocrático. Nessa perspectiva, faz sentido buscar a liderança e um governo invisível da sociedade por meio de sugestões, como aponta Bernays (1928). Embora aponte a existência de uma opinião pública, o autor fundamenta seu argumento na ideia de uma “mente grupal” das massas, como propuseram Trotter e Le Bon. Considera-se que tal grupo não tem pensamentos, mas impulsos, hábitos e emoções – descontroladas.

Ressalta-se, ainda, que sob a perspectiva teórica defendida nesta tese, tais conceitos são tão vazios – e tão pouco materiais – como o Social. Vale apontar que não há grupos, mas sim associações e formações de grupos; ainda, que considerar apenas estruturas ou a interação social não é adequado para o estudo social. É necessário convocar os objetos e suas inter-relações, assim como renunciar a divisões micro-macro e natureza-sociedade (LATOUR, 2002a, 2012, 2015). Vale compreender, contudo, o contexto social que gerou a ojeriza às massas e a tentativa de controlá-las.

A introdução da criminologia (BUNN, 2015) e a rápida urbanização europeia posterior às revoluções industriais levou a uma preocupação com a manutenção do tecido social. Afinal,

as multidões nascentes pareciam estar por trás das diversas revoluções e dos movimentos fascistas (LE BON, 1977, 1980, ORTEGA Y GASSET, 2001). Era urgente gerenciá-las.

Gabriel Tarde (2005), no entanto, não acreditava que emergia uma era das multidões, mas, sim, dos públicos. Os públicos seriam uma evolução mental e social das massas, pois envolvem uma sugestibilidade e contágio sem contatos. “O público só pôde começar a nascer após o primeiro grande desenvolvimento da invenção da imprensa, no século XVI. O transporte da força a distância não é nada, comparado a esse transporte do pensamento a distância”, postula Tarde (p. 10). O autor desenvolve sua psicologia dos públicos, identificando sua independência da proximidade geográfica, movidos por seus publicistas que os guiavam nas revoluções.

“A multidão é o grupo social do passado; [...] é incapaz, sob todas as suas formas, de pé ou sentada, imóvel ou em marcha, de estender-se além de um pequeno raio; quando seus líderes cessam de tê-la *n manu*, quando ela deixa de ouvir a voz deles, a multidão desaparece”, lembra Tarde (2005, p. 13). O público, fruto da tipografia, da estrada de ferro e do telégrafo, estende-se e se torna “o grupo social do futuro” (p. 14). Enquanto só se pode pertencer a uma única multidão, pode-se compor diversos públicos. E, sim, o público pode se envolver de forma tão abrupta a ponto de sair às ruas militando freneticamente, mas essa seria uma situação bastante rara (TARDE, 2005).

“As multidões se assemelham todas por certos traços: sua intolerância prodigiosa, seu orgulho grotesco, sua suscetibilidade nascida da ilusão de onipotência e a perda total do sentimento mutualmente exaltado”, critica Tarde (2015, p. 35). A massa está submetida ao clima e às limitações geográficas, mas o público não. Ademais, os públicos não são eternos, mas podem se transformar ao longo do tempo quando seus publicistas mudam. É mais homogêneo que a multidão e, por isso, “a divisão da sociedade em públicos [...] tende, não certamente a substituir, mas a se superpor cada vez mais visível e eficazmente à sua divisão religiosa, econômica, estética, política [...]”, argumenta Tarde (2005, p. 22).

Públicos e multidões são expectantes, atentos, manifestam-se e militam por suas causas. A coexistência dos diversos públicos, no entanto, pode levar a um consenso sobre determinadas questões. “Os públicos, como as multidões, são intolerantes, orgulhosos, enfatuados, presunçosos e, sob o nome de *opinião*, entendem que tudo submete-se a eles, mesmo a verdade quando esta os contraria”, postula Tarde (2005, p. 35).

Acontece que os públicos são uma abstração, só existem quando são convocados e

É precisamente por essa razão – Walter Lippmann talvez seja o único a ter captado esse fenômeno – que podemos respeitar a dignidade ontológica do político somente com a condição de entendê-lo como um PÚBLICO FANTASMA que se deve invocar e convocar. Nem o público, nem o comum, nem o “nós” existem; deve-se fazê-los ser.

Se a palavra PERFORMAÇÃO tem um sentido, é este. Se existe um invisível que de forma alguma se deve encarnar tão rapidamente – por exemplo, no Estado, esse outro monstro frio –, é certamente esse fantasma. (LATOURE, 2019, p. 287).

“Já que a opinião geral de um grande número de pessoas certamente é uma mistura confusa e vaga, nenhuma ação pode ser tomada antes que tais opiniões sejam reduzidas, canalizadas, comprimidas e tornadas uniformes”, lembra Lippmann (1993, p. 37, tradução nossa¹⁹). A opinião pública é expressa no voto, no aplauso ou repúdio a determinada proposição e, até mesmo, no boicote. Só importa, contudo, se for capaz de influenciar os eventos (LIPPMANN, 1993). “Defendo que o público é um fantasma. Uma abstração”, postula o autor (1993, p. 67, tradução nossa²⁰). Segundo o autor, quem participa de uma greve ou protesta contra algo é o público naquele contexto, sendo as únicas pessoas interessadas e, portanto, as únicas que podem afetar o curso dos eventos.

Vale refletir, então, sobre o público convocado pelas *fake news*. Como aponta Tarde (2005), tal público envolve uma sugestibilidade e contágio sem contatos, forma grupos de adesão por meio do afeto. Não se trata de uma massa inerte e ignorante – como propunha a teoria hipodérmica – tampouco o homem médio postulado por Ortega y Gasset (2001). Mas é, sim, um público cuja subjetividade é produzida pelas *fake news* [MET], que nelas vê uma palavra que reforça suas crenças e sua unidade em todo de um salvador [REL]. Também é um público que consome tais conteúdos nas plataformas digitais, em especial nos aplicativos de mensagem instantânea – e por eles é produzido. Cesarino (2022) destaca que emergem públicos antiestruturais, formados pela economia da atenção. No capítulo 6, discute-se como o WhatsApp é um espaço de homofilia, caracterizado por elevado coeficiente de clusterização: trata-se, portanto, de um grupo coeso, reunido pelas interfaces, pelos afetos e pelo discurso religioso.

“Membros do público, que são espectadores da ação, não conseguem intervir com sucesso nos méritos de uma controvérsia. Devem julgar externamente, e podem agir apenas apoiando um dos interesses diretamente envolvidos”, explica Lippmann (1993, p. 93, tradução nossa²¹). O público só deve ser consultado quando se questiona a validade de uma regra

¹⁹ “Since the general opinions of large number of persons are almost certain to be a vague and confusing medley, action cannot be taken until these opinions have been factored down, canalized, compressed and made uniform” (LIPPMANN, 1993, p. 37).

²⁰ “I hold that this public is a mere phantom. It is na abstraction” (LIPPMANN, 1993, p. 67).

²¹ “[...] members of the public, who are the spectators of action, cannot successfully intervene in a controversy on the merits of the case. They must judge externally, and the can act only by supporting on of the interests direct involved” (LIPPMANN, 1993, p. 93).

específica – seja uma dúvida a respeito de seu significado, sensatez ou forma de aplicação (LIPPMANN, 1993). Afinal, lida com fatos indiretos, que não veem ou que são intrigantes e, a partir deles, forma sua opinião (LIPPMANN, 2015). Parte desses fatos é traduzida pela imprensa, que não deixa de fazer diversas intervenções no relato noticioso (LIPPMANN, 2020).

Além disso, seus membros podem ter interesses divergentes do “bem comum”. “O ponto de vista do público numa questão é turvado pela presença de membros espúrios que estão trabalhando para dobrar as regras em seu próprio favor enquanto fingem ou imaginam estar motivados somente pelo interesse comum de que aquela deveria ser uma regra aceitável”, ressalta Lippmann (1993, p. 101, tradução nossa²²). Cabe a quem deseja analisar a opinião pública compreender que existe a “cena da ação”, o modo como alguém percebe tal cena e sua resposta ao modo como percebeu tal fato. Quando há demandas emocionais que justifiquem, até mesmo a ficção é tomada por verdade, já que o público dela depende (LIPPMANN, 2015).

Vale ressaltar que, nesse contexto, Ivy Lee já havia criado seu escritório de relações públicas, diversas campanhas de rádio buscavam promover o povoamento do interior dos Estados Unidos e ações de propaganda já são desenvolvidas com a guerra. O termo “propaganda” surge na Igreja Católica sob o papado de Gregório XV, que criou uma congregação específica para o proselitismo. O órgão não tinha função tão somente missional, mas também tinha interesses políticos (O’CONNOR; WEATHERALL, 2019). A propaganda é um mecanismo por meio do qual é possível disseminar ideias em larga escala, sendo capaz de disseminar uma crença ou doutrina específicas, conceitua Bernays (1928). É um esforço para que eventos sejam criados ou moldados para influenciar as relações de um público com uma ideia, um grupo ou uma empresa. Isso por meio da formação de imagens mentais e a produção de circunstâncias específicas.

Seu sucesso depende de um uso adequado dos meios disponíveis (organização, sugestões e dispositivos / mídia) sob condições adequadas. O propagandista deve considerar preconceitos, alguns fatos objetivos da realidade internacional e, ainda, o nível de tensão (ansiedade, nervosismo, irritabilidade e descontentamento do público) a que está submetida uma comunidade (LASWELL, 1971).

Analisando ações propagandísticas na I Guerra Mundial, Laswell (1971) aponta como objetivos da propaganda: 1) mobilizar ódio contra o inimigo, apresentando-o como uma

²² “The public point of view on a question is muddled by the presence in the public of spurious members, persons who are really acting to bend the rule in their favor while pretending of imagining that they are moved only by the common public need that there shall be na acceptable rule” (LIPPMANN, 1993, p. 101).

ameaça; 2) preservar a amizade dos aliados, demonstrando o esforço e o apreço para que os objetivos do aliado se cumpram; 3) preservar a amizade e, na medida do possível, a cooperação daqueles que estão neutros, apontando interesses em comum; e 4) desmoralizar o inimigo a partir de campanhas violentas contra grupos já odiados (as minorias, a classe governante, os aliados etc.). A propaganda, argumenta, deve ser universal, ser voltada a todos os grupos sociais e pensada tanto para pessoas simples quanto para intelectuais. Deve apresentar sugestões que apelem a grupos sociais específicos, mas principalmente suprimir ideias inconvenientes.

É importante contrabalancear informações não tão agradáveis. Ao relatar o avanço do inimigo em um *front*, deve-se apontar simultaneamente as vitórias e ganhos recentes. Se há fome no país em função do confronto, vale apontar que o adversário também sofre sem alimentos. Controlar o modo como uma informação é apresentada também é essencial: notícias negativas podem ser apresentadas em uma página interna do jornal com um título aleatório, ser incorporadas em outras matérias. Enquanto isso, conteúdos positivos devem ser apresentados por colunistas importantes, receber grande destaque e serem amplamente repetidos (LASWELL, 1971).

A aprovação do público é essencial para a eficiência da propaganda (BERNAYS, 1928). Sendo assim, as sugestões 1) devem circular com promessas que apelam para o interesse de determinados grupos; 2) devem ser escolhidas de forma a anular ideias inconvenientes que não podem ser suprimidas; e 3) devem ser usadas de modo que não sejam percebidas como contraditórias até que o objetivo da propaganda seja alcançado. Isso implica evitar contradições no mesmo contexto ou no mesmo público. Não é possível dizer aos protestantes que a guerra é uma cruzada protestante, enquanto se diz o mesmo aos católicos. Portanto, o propagandista precisa desenvolver o hábito de imaginar-se como o sujeito que quer influenciar, identificando modos para atrair a sua atenção (LASWELL, 1971).

Laswell (1971) destaca ainda a *propaganda of the deed*, uma ação violenta, grandiosa e isolada, que é planejada para impressionar o inimigo. Na I Guerra Mundial, argumenta, algumas cidades foram bombardeadas sem interesses militares ou estratégicos imediatos, mas para fins propagandísticos. Ainda, a propaganda nunca pode contradizer eventos que serão públicos antes que o objetivo da campanha seja atingido (LASWELL, 1971). É necessário garantir certa ressonância cognitiva (CALVO; ARUGUETE, 2020) – até porque, para existir, um fato depende de um mundo compartilhado, da imprensa, de instituições, de vida pública (LATOUR, 2020).

Por fim, o propagandista deve testar as diversas possibilidades que podem resultar das sugestões. Embora as sugestões sejam finitas, as suas aplicações não o seriam, aponta Laswell

(1971). Outros contextos surgem, por exemplo, com a introdução de novas tecnologias, em especial a PDPA (LE MOS, 2020b, 2020c). “Assim como o advento da prensa, da câmera ou do cinema, o advento dos algoritmos de aprendizagem de máquina implicam na redefinição do que significa perceber e mediar coisas no mundo”, lembra Amoore (2020, p. 16, tradução nossa²³).

A literatura acadêmica sobre a psicologia social e a propaganda é profícua, não havendo espaço para apresentá-la aqui. Contudo, vale observar semelhanças entre estratégias apontadas por Laswell (1971) com os casos analisados nesta tese. A pandemia de Covid-19, por exemplo, foi marcada pela definição de um gabinete paralelo de governo que pautava estratégias de comunicação específicas para reduzir a adesão ao isolamento social e a medidas não farmacológicas (BRASIL. Senado Federal, 2021a). Nos outros casos analisados, não é possível identificar uma coordenação das campanhas de desinformação, mas é possível observar estratégias semelhantes.

Entre 2010 e 2015, a imprensa denunciou o pagamento de *blogs* para defesa do governo Dilma²⁴, estratégia que seria atualizada na Secom de Bolsonaro. No comando bolsonarista, a pasta anunciava em páginas de desinformação e de apostas on-line por meio do *Google Ads*. Projeto de lei no intuito de coibir tal iniciativa foi apresentado à Câmara pela oposição. Já na eleição de 2018, *cards* com a imagem de Manuela D’Ávila vestida com uma camiseta preta com os dizeres “Jesus é travesti” circularam amplamente no WhatsApp. Além disso, publicações que diziam que a candidata à vice-presidência teria ligado 18 vezes para Adélio Bispo, ou montagens que colocavam Adélio em manifestação pró-Lula. O debate não se restringia mais às casas legislativas ou aos militares, mas chega aos grupos de família. Naquele contexto, o Facebook anunciou a remoção de contas e grupos no mensageiro e no Facebook que compartilhavam conteúdos falsos.

Em 2020, em meio aos protestos antirracistas que sucederam o assassinato de George Floyd, nos Estados Unidos, um perfil no Twitter atribuído ao grupo *Anonymus* apresentou denúncias a respeito de uma rede de pedofilia e prostituição infantil, supostamente comandada por Jeffrey Epstein. O vazamento, que aconteceu em 31 de maio, ressuscitou o *pizagate* – teoria

²³ “As with the advent of the technologies of printing press, camera, or cinema, so the advent of the machine learning algorithm implies a reworking of what it means to perceive and mediate things in the world” (AMOORE, 2020, p. 16).

²⁴ A imprensa nacional acusava prática do governo Dilma de anunciar em *blogs* com agenda favorável à gestão e que, supostamente, publicavam conteúdo falso. Matérias sobre a política de anúncios foram publicadas na BBC (<https://www.bbc.com/portuguese/brasil-43118825>) e na Veja (<https://veja.abril.com.br/blog/reinaldo/secom-manda-suspender-patrocinio-da-cef-para-encontro-de-blogs-sujos/> e <https://veja.abril.com.br/blog/felipe-moura-brasil/quanto-voce-paga-para-os-blogs-sujos-do-pt/>).

da conspiração que marcou a eleição estadunidense de 2016, denunciava envolvimento do então diretor de campanha de Hillary Clinton com uma rede de tráfico humano e prostituição infantil.

É claro que o debate público sobre a legislação e política já era comum antes do WhatsApp: no início de 2011, o *kit gay* e a PLC 122 atemorizavam religiosos brasileiros. A divulgação do *kit gay* deve-se à participação de Bolsonaro em programas de TV, a distribuição de panfletos promovida pelo então deputado em Copacabana e, também, a adesão das igrejas evangélicas – onde o compartilhamento de informações boca a boca funciona bem. O PLC 122, por sua vez, que previa a criminalização da homofobia, também chegou às casas por meio de pregações religiosas e da disseminação do boato nas congregações. Observe-se, contudo, que o WhatsApp modifica tal lógica e permite maior participação pública no debate – e em seu “envenenamento” – é o que discute o capítulo 6.

Buscou-se desenvolver uma história material da distribuição de conteúdos intencionalmente e verificadamente falsos para a construção de grupos de apoio ou repúdio. Tal proposta certamente não é completada apenas nesta tese, devendo ser aprofundada em pesquisas futuras. No entanto, é possível propor um conceito de *fake news* a partir dessa digressão. Considerando-se o que apontam Tandoc, Lim e Ling (2017), as FN poderiam ser identificadas por sua facticidade e intenção imediata de enganar. A facticidade, como demonstra esse capítulo, pode ser percebida nas referências usadas para fazer parecer que o conteúdo é verdadeiro. A intenção, no entanto, só pode ser percebida na descrição da rede. Em outras palavras: que esforços são empreendidos pelo criador do conteúdo para garantir sua distribuição – quem quer desinformar o país inteiro, por exemplo não o faz por lambes nos postes, mas promove uma campanha com maior tração.

2.4 Cadeias de desinformação: por um conceito de *fake news*

*Vamos, meus filhos — disse Morrel, levantando-se —, vamos ver,
e que Deus tenha piedade de nós se for uma notícia falsa.*

“O Conde de Monte Cristo”, de Alexandre Dumas

Se o povo falou que me viu chorando, mentiu. É fake news.
Composição de Rafa Borges, Lari Ferreira e Gustavo Mioto.

O título desta tese ostenta o termo *fake news*, apesar do sequestro político de tal expressão e as críticas governamentais e acadêmicas a seu uso (TANDOC, 2019, WARDLE; DERAKHSHAN, 2017, 2018). O senso comum, no entanto, ainda não tomou ojeriza do termo,

ainda que pese sua imprecisão conceitual (WARDLE; DERAKHSHAN, 2017, 2019, HABGOOD-COOTE, 2019, SANTAELLA, 2018, 2021b, LEMOS; OLIVEIRA, 2020, 2021, dentre outros). Nesse sentido, sua adoção na tese demanda que se busque identificar o que caracteriza as distintas formas de desinformação e como diferenciá-las. Tal exercício será desenvolvido a partir do modo da referência [REF].

Em pesquisa nos anais de 2015 a 2017 do Intercom Nacional, Oliveira (2018a) observou que parte significativa dos artigos fundamentava o conceito de *fake news* a partir de textos noticiosos ou sem nenhuma menção a pesquisas na área, o que demonstra tal imprecisão conceitual. Manuais da Unesco e do governo da Cingapura sugerem o uso de expressões como desinformação (*disinformation*), informação incorreta (*misinformation*) e má-informação (*malinformation*) (TANDOC, 2019, WARDLE; DERAKHSHAN, 2019). Mesmo considerando tais aspectos, optou-se, nesse texto, pela utilização do termo *fake news*, considerando sua eminência tanto no senso comum como na pesquisa acadêmica, assim como uma tentativa de apresentar um conceito operacional para tal termo. Vale considerar, ainda, que o principal problema do termo é sua imprecisão conceitual – algo que se busca abordar nesse texto -, mas que seu uso político apenas reflete sua importância no contexto contemporâneo de debate e polarização política.

A ferramenta teórico-metodológica a ser utilizada nesta tarefa é a análise das cadeias de referência, proposta de Martine e De Mayer (2018) inspirada nos modos de existência de Latour (2019). O mesmo procedimento é aplicado, também, às checagens jornalísticas sobre os casos investigados, tendo por objetivo a comparação entre as formas de verificação do jornalismo e de conteúdos falsos. Recusa-se, assim, uma assunção prévia de que o texto noticioso é mais adequado ou verdadeiro – considerando verdade como a produção / evocação de uma extensa cadeia de referências que permita ir do fato ao relato –, mas busca-se comparar tais tipos de conteúdo.

Ao longo do capítulo, foram apresentadas definições de *fake news*, aqui retomadas: diferem do boato, da mentira e das teorias da conspiração; são mensagens falsas que parecem verdadeiras, mas que não são verificáveis no modo da referência [REF]; são um fenômeno específico da PDPA; sua distribuição, em cascatas de desinformação, se apoia nas plataformas; e sua produção e circulação dependem da interface das plataformas. Essas proposições se assentam na compreensão das *fake news* como fenômeno específico da PDPA, o que já as distingue de rumores, boatos, mentiras e conspiracionismos. Embora se trate de um fenômeno específico da cultura digital, as FN não deixam de produzir rumores, boatos, conspirações – tais elementos delas fazem parte, mas agora com a circulação e o consumo amplificado pelas

plataformas. Antes de explicar tal distinção, é importante compreender como se dá sua veridicção.

Anteriormente, argumentou-se que as teorias da conspiração operam de forma distinta que boatos, por propor um absolutismo iconoclasta e o desmonte dos instrumentos de acesso e suas referências. Boatos, por sua vez, pautam-se na confiança em uma palavra salvadora [REL] ou na palavra política [POL], e não deixam de depender de aparatos técnicos, como o aparelho fonador, para sua disseminação. Mais uma vez, também as *fake news* podem produzir boatos. No entanto, a dimensão de sua circulação e efeitos, assim como a rede convocada para sua produção e distribuição são muito mais amplas. Ademais, FN são necessariamente falsas – embora pareçam verdadeiras –, enquanto boatos podem ser verdadeiros.

É justamente a qualidade da instauração da técnica [TEC] e, também, nos seres que dela fazem parte, que *fake news* se distinguem de boatos. Os arranjos técnicos da PDPA são bastante específicos, implicam em uma plataformização da sociedade (VAN DJICK; POELL; DE WALL, 2018; VAN DJICK, 2020), na dataficação da vida (LE MOS, 2021) e numa performatividade algorítmica específica (BUCHER, 2018; CRAWFORD, 2021). O capítulo 6 se aprofunda em tais questões.

“Acreditamos que não é apropriado estudar um fenômeno social como um objeto natural, sem uma conceitualização prévia, especialmente quando se busca analisar suas consequências e apontar, a partir dessa pesquisa, soluções relacionadas ao controle”, dizem Miró-Llinares e Aguerri (2021, p. 13, tradução nossa²⁵). Os autores, que empreendem uma revisão dos estudos sobre a desinformação e seus efeitos, denunciam que diversas pesquisas usam critérios não científicos para definir *fake news* e seus efeitos. Para além das classificações demasiado amplas, há ainda a atribuição de falsidade sem uma metodologia adequada para tanto. Ademais, indicam vieses de seleção – grupos políticos de direita em mensageiros, agências de checagem etc.

As reflexões dos autores são relevantes em qualquer pesquisa sobre desinformação e, por isso, são consideradas aqui. No entanto, é preciso fazer uma ressalva: a perspectiva teórico-metodológica que adota essa tese não é afeita a classificações prévias, mas orienta a entrada em campo sem definições apriorísticas (LATOIR, 2012). Ademais, buscamos investigar as *fake news* a partir da rede de referências por elas convocada, assim como a sua rede de distribuição

²⁵ We do not believe it is appropriate to study a social phenomenon merely as a given natural object that has not previously been configured by any type of conceptualization, especially if the intention is to analyse the consequences of this object and to derive from this research responses that are related to control, normative regulation or criminalization (MIRÓ-LLINARES; AGUERRI, 2021, p. 13)

e relação com a PDPA. A partir dos dados, são propostas classificações – e não o contrário. Ademais, buscou-se evitar os vieses de seleção, como descrevem as seções voltadas à descrição da metodologia.

Há, contudo, bastante acerto na crítica de Miró-Llinares e Aguerri (2021) sobre parcela significativa dos estudos sobre *fake news* e seus efeitos. Diversas classificações de *fake news* foram apresentadas na literatura, a partir de distintos marcos teóricos e metodologias (TANDOC; LIM; LING, 2017, SANTAELLA, 2018, 2021b, WARDLE, 2018, ZANNETTOU *et al.*, 2019, WANG *et al.*, 2019, RAHMANIAN, 2022). Algumas propostas metodológicas, no entanto, não são explícitas nas diferenças entre tais conteúdos. A pesquisa de campo explica porque: diversas formas de desinformação circulam concomitantemente, sendo que uma peça única não deve ser analisada.

A definição de *fake news* é sim problemática. Mesmo acepções defendidas pela Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco) como informação incorreta (*misinformation*), desinformação (*disinformation*) e má-informação (*malinformation*) não são explícitas. A *misinformation* seria aquela informação que é equivocada, mas não haveria intenção de causar danos a alguém; a *malinformation* é aquele conteúdo baseado na realidade, mas usado para atacar alguém, um país ou organização; a *disinformation* é a informação falsa e criada para atacar alguém (WARDLE; DERAKHSHAN, 2017, 2019). No entanto, classificar alguns tipos de conteúdo falso é complicado: as teorias da conspiração têm evidências – ainda que parcas –, mas demandam que o modelo de referência científica seja demolido - e não têm necessariamente intenção de causar dano.

Imagem 8 - Diagrama proposto por Wardle diferencia informação incorreta, desinformação e má-informação



Fonte: Wardle e Derakhshan (2019, p. 48).

Outro exemplo controversia sobre os conceitos é a classificação de Zannettou e colegas (2019). Dentre os tipos de conteúdo falso que circulam on-line, estariam conteúdos totalmente falsos criados para enganar (*fabricated*), propaganda, teorias conspiratórias, *hoaxes*, conteúdos tendenciosos (*biased* ou *one-sided*), rumores, caça-cliques e sátiras noticiosas (ZANNETTOU *et al.*, 2019). Tal proposição encontra oposição na literatura, considerando que alguns desses conteúdos não têm intenção imediata de enganar – como as sátiras – (TANDOC; LIM; LING, 2017, ALCOOT; GENTZKOW, 2017). Ainda cabe considerar que, se o rumor pode surgir a partir de especulações ou interpretações equivocadas do contexto, as *fake news* são conteúdos falsos criados intencionalmente, a fim de alterar a percepção de um grupo sobre a realidade: tratam-se de um dispositivo agencial utilizado para afetar quem o consome e reunir grupos de adesão a algo (OLIVEIRA, 2019). Nesse sentido, o nível de facticidade de um conteúdo e a intenção de enganar seriam balizas importantes na avaliação do que é ou não um conteúdo falso (TANDOC; LIM; LING, 2017, TANDOC, 2019).

Veridicamente – e intencionalmente falsas (ALCOTT; GENTZKOW, 2017; TANDOC; LIM; LING, 2017, ZHANG *et al.*, 2019), seriam produzidas com objetivos políticos e econômicos, especialmente (BAKIR; MCSTAY, 2017, HUMPRECHT, 2019, TANDOC, 2019, XU *et al.*, 2020). As *fake news* envolvem o uso correto de dados manipulados, o uso equivocado de dados verdadeiros, o uso errado de dados falsos e combinações daí possíveis (FERRARI, 2018). São disseminadas em cascatas de informação (SUSTEIN, 2009, RECUERO; GRUNZT, 2019, CALVO; ARUGUETE, 2020). Esse é um mecanismo de ativação psicológico (CALVO; ARUGUETE, 2020) presente também na circulação dos rumores. Para Burrell (2012), eles são caracterizados por sua frequente reprodução por conversas face-a-face, telefonemas, mensagens de texto etc., que implica em novas versões daquele conteúdo que será repetido constantemente.

Existe, porém, um problema lógico no conceito sintetizado nesta tese: se a produção e distribuição de *fake news* depende das interfaces das plataformas, não é possível pensar uma tipologia sem considerar tais condições de distribuição – o que tornaria algumas proposições da literatura equivocadas. Entender os aspectos econômicos, políticos e – acrescentamos – técnicos de sua distribuição é importante (ALCOTT; GEENTZKOW, 2017, BAKIR; MCSTAY, 2017). É necessário entender, então, que um conteúdo desinformativo nunca está só, mas é um ator em uma rede que envolve objetos, discursos, políticos, plataformas, imprensa etc. – essa noção é rediscutida no capítulo 6.

A eleição de Trump, em 2016, é o principal catalisador da pesquisa acadêmica em *fake news*. Juntamente ao Brexit e o escândalo da *Cambridge Analytica*, iluminaram um contexto de

desinformação e cristalização de debates (SANTAELLA, 2018, 2021b). Revisões sobre o conceito foram apresentadas por Tandoc, Lim e Ling (2017), Oliveira (2018), Ruokolainen e Widen (2020), Santaella (2021a), Agarwal e Alsaeedi (2021), Rahmanian (2022), dentre outros. Não é objeto desta tese sua descrição, embora tais documentos tenham fundamentado a argumentação aqui proposta. Por sua atualidade, apresenta-se a seguir a classificação proposta por Rahmanian (2022), que considera a facticidade, a intenção de enganar e o potencial de dano (Imagem 9).

Imagem 9 - Classificação de fake news considera facticidade, intenção e potencial danoso

#	Type of fake news	Motivations	Truth	Intention to		
				deceive	harm	Humor
<i>1 – Satire or parody: no intention – cause harm but has potential – fool</i>						
1	Satire/humorous fakes/ Parody	Fun, publicity	0-3	0	1	3
2	Hoax/large scale hoax	Fun	0-1	2-3	2-3	3
<i>2 – False connection: headline, captions or visuals usually do not support the content</i>						
3	clickbait	Monetary gain	1	3	3	Possible
4	Sensationalism	Engagement, trigger emotional reaction	2-3	1	1	1
<i>3 – Misleading content: misleading use of information – frame and issue or individual</i>						
5	Rumor	Variable/political	unknown	3	3	0
6	Hacking	Political gain	0-1	3	3	0
7	Misinformation	Honest mistake, carelessness or cognitive bias	0	0	1-2	0
8	Pseudoscience	Manipulation	1	3	3	0
9	Conspiracy theory	Political	0-1	3	3	0
<i>4 – False content: when genuine content is shared with false contextual information</i>						
10	Misreporting	Variable	3	0	Variable	0
11	Commentary	Variable	0-1	0-1	Variable	0
12	Cherry-picking	Mislead	Commonly true	2	2	0
13	Malinformation	Harm	True	3	3	0
14	hidden advertising/ advertisement/PR	Viewership, publicity, financial gain	0-1	2	1-2	0
15	Persuasive information	Political or nonpolitical promotion	0-1	0-1	1	0
<i>6 – Manipulated content: when genuine information or imagery is manipulated – deceive</i>						
16	Citizen journalism	Variable	2-1	2	2	3
17	Photo Manipulation	Mislead	0-1	2	2	0
<i>7 – Fabricated content: content is completely false design – deceive and do harm</i>						
18	Propaganda partisan/ polarized content/ disinformation/political kayfabe	Political, ideological or financial profit or gain	0	3	3	0
19	Trolling	Create hostility and conflicts	0-1	3	3	3
20	Fabricated news	Viewership, publicity, financial gain	0-1	3	3	0
21	Opinion spam	Mislead the costumers	0	3	3	0
22	False news	Mislead the, manipulation	3	3	3	0

Notes: Intensity values of the variables 0 none; 1: low, 2: medium and 3: high

Fonte: Rahmanian (2022, p. 12)

A partir dessas categorias, propõe-se sua reclassificação a partir das referências por elas convocadas. Tal consolidação resulta da análise das inscrições realizada no âmbito da tese. Essa tipologia não se fundamenta na *intenção* dos atores, que nem sempre podem ser percebidas, mas nas inscrições que fundamentam o conteúdo falso. Argumenta-se que é

possível, sim, identificar a intenção das *fake news*, mas para isso é preciso traçar sua rede. A análise das referências, em alguns casos, pode ser realizada tão somente com base no conteúdo. Uma ferramenta metodológica que permita essa forma de análise é importante porque nem sempre quem recebe uma mensagem falsa tem acesso ao seu contexto original de compartilhamento – tal recurso, no entanto, não substitui a descrição da rede em que circula o conteúdo falso.

Quadro 1 - Proposta de classificação de formas de desinformação

Tipo	Definição	Inscrições
<i>Alt-science</i>	Revisão conspiracionista da ciência, que nega a produção do conhecimento científico; acusa a ciência de aliar-se a interesses capitalistas; propõe soluções relacionadas ao empirismo ou à religião.	Evidência parca, mas que não nega totalmente o método científico, quer subvertê-lo (CESARINO, 2022).
<i>Clickbait</i>	Uso de títulos que geram a sensação de urgência, curiosidade ou exclusividade. Geralmente o conteúdo não está relacionado ao título, pensado a partir de técnicas de SEO.	Não há relação entre conteúdo e título, de forma que as inscrições se rompem.
Conteúdo fabricado	Conteúdo criado para defesa de uma proposição, passando-se por declaração ou publicação legítima.	Não se sustentam, já que o documento é forjado.
Conteúdo impostor	Se passa pelo conteúdo postado por uma página, pessoa ou instituição com credibilidade. Pode até ser verdadeiro, mas a usurpação da identidade é problemática.	Neste caso, a cadeia de referências pode ser extensa, mas não se sustenta quando se considera a autoria do conteúdo.
Conteúdo manipulado	Conteúdos modificados para a defesa de uma proposição.	Têm a aparência de verdadeiros em função das inscrições, mas a falsificação resulta no desmonte dessas provas.
Erros jornalísticos	Ocorrem quando a metodologia de apuração jornalística não é suficiente para produzir <i>móveis imutáveis</i> que relatem o fato discutido.	A cadeia de referências pode até ser extensa, mas alguma deficiência na apuração pode levar ao seu desmonte.
<i>Fake news</i>	Termo guarda-chuva que reúne conteúdos verificadamente falsos, cuja distribuição é pensada para ampliar seus danos e circulação. Sua produção, circulação, consumo e refutação dependem das plataformas.	Por tratar-se de termo “guarda-chuva, pode-se encontrar número de inscrições variáveis e estratégias distintas. O capítulo 3 relata algumas delas.
Falso contexto	Conteúdos verdadeiros apresentados em contextos distintos do original. Desse modo, passam a defender aspectos que não fundamentam.	Pode apresentar evidências fortes, mas seu uso fora de contexto coloca sua validade em xeque.
Rumor	Iniciado por propagadores conscientes, que acreditam ou não no que dizem. São espalhados em cascatas e pela polarização de grupos (SUNSTEIN, 2009). Materialidade está relacionada ao corpo e à produção do discurso. Embora o rumor seja materialmente produzido, sua duração é curta. São seus efeitos materiais que têm maior durabilidade (BURREL, 2012).	Um rumor não é necessariamente falso, mas faltam inscrições que permitam sua verificação.
Teorias da conspiração	“Conspiracionismos são bem difundidos no espaço e no tempo, e tipicamente se associam a contextos de crise e dissonância, onde trabalham ao mesmo tempo o sintoma e a cura” (CESARINO, 2022, p. 230).	Evidência parca. Promove o desmonte das cadeias de referência da ciência, afirmando que são falsificadas. Haveria como provar a proposição conspiracionista, mas interesses

Tipo	Definição	Inscrições
		escusos impediriam tal verificação pela ciência.

Fonte: elaborada pelo autor (2023).

Reitera-se que esse quadro é muito mais uma tentativa de sistematização do que, de fato, um instrumento completo. A proposta que guia seu desenho, no entanto, é um dos cerne desta tese: conteúdos falsos e conteúdos informativos podem ser distinguidos pelas cadeias de referência que convocam. O jornalismo, como se vê na próxima seção (capítulos 4 e 5) produz materialmente a objetividade de seu texto, convocando, para tanto, instrumentos de acesso e referências. Falta às *fake news* inscrições extensas que permitam sua verificação.

Ter muitas provas, no entanto, não é suficiente. Na Comissão Parlamentar de Inquérito (CPI) da Covid-19, uma pilha de papéis foi apresentada por Mayra Pinheiro e Nise Yamaguchi como evidências da eficácia do tratamento precoce: como lembra Cesarino (2022), uma espécie de *firehosing*²⁶ científico. Não adianta a plethora de inscrições e referências se elas não permitem a extensão do fato ao relato, se não produzem móveis imutáveis. Tem-se, então, uma nova percepção do que são *fake news*: ainda que apresentem uma diversidade de evidências, tais provas não resistem ao escrutínio científico [REF]. Podem fazer sentido como palavra salvadora [REL] ou na política [POL], mas não são cobertos pela extensão das referências.

Em vez de apontar um conceito de *fake news*, propõe-se um outro caminho: identificar em que modo determinada proposição é validada, observar eventuais erros de preposição e, por meio desse instrumento diplomático (LATOURE, 2019), retomar a possibilidade de diálogo. É garantir que estejamos aterrados em um mundo comum que permite a existência dos fatos (LATOURE, 2020). Garantir um contexto em que um fato seja contingente por ter se dado de uma maneira específica e não outra, por estarem consumados (ARENDDT, 1972, SANTAELLA, 2018), a correspondência entre o acontecimento e seu relato (ARENDDT, 1972, LATOURE, 2002, 2019).

Afinal, propor uma definição de informação que a desvincule da verdade pode até ser útil para identificar se um sinal elétrico circula num circuito impresso, mas pouco ajuda na construção da democracia (BUCCI, 2019). Ao mesmo tempo, não se pode propor que somente a verificação das ciência [REF] seja adotada; tampouco cedermos tal espaço à religião [REL]: é preciso identificar eventuais erros de preposição e, pelo instrumento diplomático dos modos de

²⁶ “*Firehosing* é uma técnica de propaganda na qual um volume massivo de informações é enviado, sem preocupação com a consistência ou precisão dos conteúdos”, explica Cesarino (2022, p. 256).

existência, propor um diálogo. Sendo assim, é bastante complicado querer reduzir as *fake news* apenas com ações políticas ou jurídicas.

2.5 As *fake news* e o arcabouço legal brasileiro

Proposições legislativas relacionadas a *fake news* são apresentadas no Anexo B. Não se intenta, aqui, desenvolver uma análise exaustiva dos dispositivos legais relacionados à desinformação no Brasil, especialmente considerando que esta não é a especialidade desse pesquisador. No entanto, são destacados elementos que permitem compreender melhor o debate político a ela relacionado.

Ressalte-se a ausência de definições legais que, de fato, permitam o combate à desinformação. A dificuldade de conceituar *fake news* abre, certamente, espaço para o cerceamento da liberdade individual, ao mesmo tempo em que permite um vácuo legal para a punição da circulação proposital de conteúdos falsos.

Nessa perspectiva, poderiam se configurar em uma ameaça à democracia, à saúde pública ou à liberdade de expressão. Isso porque há uma tendência, inclusive na pesquisa acadêmica, de serem adotados conceitos amplos de *fake news* para permitir a mensuração empírica (MIRÓ-LLINARES; AGUERRI, 2021). Há duas questões a serem consideradas aqui: o limite ético da liberdade de expressão não é universal, sendo que proposições permitidas em alguns países são criminosas em outros; e a delimitação do conceito é sim problemática, mas isso não precisa implicar em ameaças à democracia. A primeira questão pode ser ilustrada com a recente argumentação de Gleen Greenwald, do *The Intercept Brasil*, contra decisões judiciais que têm restringido acesso a perfis antidemocráticos. De forma simplificada, as proposições do jornalista são absurdas, visto que o arcabouço legal e ético brasileiro não contemplam uma liberdade de expressão absoluta – esse tema não está no escopo desta tese e, por isso, sua resolução rápida.

Por sua vez, a legislação restringe a ação de grandes plataformas: o Acordo de Assistência Legal Mútua (*Mutual Legal Assistance Treat*, ou MLAT), assinado por Brasil e Estados Unidos, limita ações brasileiras em relação às plataformas. Isso porque a Primeira Emenda à Constituição dos Estados Unidos e a Seção 230 do *Communication Decency Act*²⁷ limitariam as possibilidades do Facebook de remover postagens de suas plataformas (IOSIFIDIS; NICOLI, 2019). A Seção 230 desobriga provedores de responderem por conteúdos

²⁷ A norma define que “No provider or user of an interactive computer service shall be treated as the publisher or speaker of any information provided by another information content provider” (UNITED STATES OF AMERICA, 1996).

de terceiros que neles circulam. Perspectiva semelhante tem o Marco Civil da Internet, que prevê no seu art. 19:

Art. 19. Com o intuito de assegurar a liberdade de expressão e impedir a censura, o provedor de aplicações de internet somente poderá ser responsabilizado civilmente por danos decorrentes de conteúdo gerado por terceiros se, após ordem judicial específica, não tomar as providências para, no âmbito e nos limites técnicos do seu serviço e dentro do prazo assinalado, tornar indisponível o conteúdo apontado como infringente, ressalvadas as disposições legais em contrário (BRASIL, 2014, não paginado).

Nesta perspectiva, a responsabilização das plataformas pelo conteúdo que nelas circula é objeto de controvérsia, como se percebeu no acalorado debate público dos projetos de lei 2927/20 (Câmara) e 2630/20 (Senado), que apresentam a Lei Brasileira de Transparência foi bastante acalorado. Grupos contrários à norma argumentavam, principalmente, que nenhuma grande democracia havia regulado a desinformação. Outros destacavam a total passividade das plataformas em relação à desinformação. Por sua vez, as plataformas se colocavam como meras intermediárias, que não desenvolveriam a curadoria de conteúdo.

Responsabilizar o provedor pelo conteúdo de terceiros é, de fato, tarefa complexa. Em março de 2015, a Suprema Corte da Índia entendeu que a Seção 66A do *Information Technology Act (IT Act)* era inconstitucional, agredindo a garantia de liberdade de expressão. A seção tinha sido alterada por uma emenda em 2008, mudança que permitiu a punição de quem enviasse conteúdo ofensivo por algum dispositivo de comunicação. Como a definição de “ofensivo” é ampla, foram realizadas prisões de algumas pessoas em função de suas postagens em redes sociais digitais. Mesmo com a decisão judicial, as prisões continuaram com base no *IT Act* e outras normas, atingindo administradores de grupos de WhatsApp (FAOOQ, 2018).

Isso se dá porque a legislação do país determina o intermediário que oferece determinado serviço – e isso é aplicável aos administradores de grupos no mensageiro – tem algumas obrigações. O *IT Act*, no entanto, não permite que o administrador de grupos remova conteúdos postados por outros usuários (FAOOQ, 2018). Apesar disso, como a encriptação do *app* dificulta traçar a origem de uma postagem (CANAVIHAS; COLUSSI; MOURA, 2019), os administradores são “vítimas fáceis” e podem ser presos (FAOOQ, 2018).

Ocorre que as plataformas não são meros provedores. A literatura destaca seu papel na disseminação de conteúdos falsos, resultado da própria interface desses sistemas (BAKIR, MCSTAY, 2017, BACARELLA *et al.*, 2018, TANDOC; LIM; LING, 2017, TORRES; GERHART; NEGAHBAN, 2018, SANTAELLA, 2018, 2021b, LEMOS; OLIVEIRA, 2021, CESARINO, 2022, dentre outros), tema que será retomado no capítulo 6. Plataformas realizam a curadoria de conteúdos de forma automatizada (VAN DJICK; POELL; DE WALL, 2018) e

manual²⁸, assim como promovem ações específicas de moderação de conteúdos falsos – ou seja, assumem parcialmente sua responsabilidade na distribuição de tais conteúdos. Não podem responder como meros intermediários, já que são centrais no atual ecossistema de desinformação (LEMOS; OLIVEIRA, 2021, CESARINO, 2022).

Parte significativa dos projetos de lei que buscam reduzir as *fake news* envolvem dispositivos que exigem a identificação do usuário da internet, seja por meio da apresentação do CPF ou outro tipo de documento (ver Anexo A). Tal perspectiva está presente no Marco Civil da Internet – lei 12.965/2014 –, que estabelece no seu artigo 3º a liberdade de expressão na rede, sob as premissas constitucionais. Ainda estabelece a responsabilização legal dos usuários da internet, conforme suas condutas. Contudo, a lei estabelece a proteção dos dados pessoais, a neutralidade da rede e o sigilo do fluxo de comunicações na internet (BRASIL, 2014).

Em processo que questionava a delação anônima de condutas criminosas, o Supremo Tribunal Federal (STF) estabeleceu que não cabe ao Poder Público estabelecer medidas persecutórias administrava-disciplinares somente com base em peças apócrifas ou escritos cuja autoria é anônima. Desse modo, o Estado pode recusar receber denúncia anônima em que não sejam atingidas condições mínimas para sua aceitação. Isso não impede, contudo, que o Poder Público determine ações discretas e prudentes para verificar a verossimilhança de um fato, denunciado anonimamente (BRASIL. Supremo Tribunal Federal, 2019).

No acórdão, destaca-se o voto do ministro Celso de Mello, relator do processo. O texto aponta que o veto ao anonimato está presente no ordenamento jurídico brasileiro desde a Constituição de 1891, buscando evitar abusos à livre manifestação do pensamento. Isso implica na responsabilização civil e penal de excessos cometidos em função da liberdade de expressão – assim, a vedação ao anonimato busca efetivar a responsabilização dos autores dos conteúdos. Está implícito, ainda, o direito de resposta ao ofendido (BRASIL. Supremo Tribunal Federal, 2019).

Interpreta-se, contudo, que a proibição do anonimato não envolveria o dever de identificar o nome do autor do conteúdo, mas a existência de meios que permitam saber quem o disse. Em tal perspectiva, se é possível rastrear o IP de quem fez determinada postagem ou, então, identificar o usuário por alguma ferramenta, não haveria anonimato. Neste sentido, cabe considerar mais uma vez a influência das interfaces das plataformas. O WhatsApp, como aponta

²⁸ Aqui estão envolvidas não somente as ações de moderação de conteúdo, por meio da remoção ou redução de sua disseminação (GILLESPIE, 2018, 2022), mas também o impulsionamento manual. O TikTok, por exemplo, teria ferramentas específicas para ampliar a distribuição de vídeos específicos (BAKER-WHITE, 2023).

o capítulo 6, apaga os metadados de imagens nele compartilhadas e não permite rastrear quem mandou tal conteúdo, já que possui criptografia de ponta-a-ponta – portanto, é muito difícil identificar a autoria de conteúdos virais.

Por fim, as propostas legislativas sobre *fake news* versam sobre os seguintes temas: alterações no Código Penal, alterações no Código Eleitoral para punir compartilhamento de conteúdos falsos; no Código Penal; no Marco Civil da Internet; na Lei de Segurança Nacional, hoje revogada; e no Regimento Interno do Senado Federal; inserção de disciplinas de letramento informacional e segurança digital na Lei de Diretrizes e Bases da Educação (LDB); previsão de punições a quem compartilha conteúdos falsos; responsabilização dos provedores e plataformas; criação de Semana Nacional de Enfrentamento às *Fake News*; obrigatoriedade de cadastro com CPF ou CNPJ para uso da internet; dentre outros.

2.5.1 Inquéritos do STF

Diante de levantes bolsonaristas contra a Corte, a exemplo do acampamento *300 do Brasil*, o Supremo Tribunal Federal instaurou inquéritos sobre atos antidemocráticos e, também, *fake news*. A natureza e a validade de tais investigações é objeto de controvérsia, quase pacificada após os atentados terroristas que destruíram as instalações do tribunal, do Executivo e do Legislativo federais. Tampouco é interesse da presente tese tergiversar sobre os aspectos jurídicos de tal iniciativa. O mergulho nesses documentos busca identificar elementos que permitam entender melhor as *fake news* e seu contexto de circulação.

O Inquérito 4828/DF, iniciado em 19 de abril de 2020 após pedido do Ministério Público Federal, investigou a organização de atos antidemocráticos, tendo sido arquivado em julho de 2021. Na decisão, o relator, ministro Alexandre de Moraes, que já havia levantado o sigilo do processo, também determinou a continuação de investigações relacionadas a eventos específicos. As provas resultantes de tal procedimento foram inseridas nos autos do Inquérito 4781/DF, instalado em 14 de março de 2019 pelo STF, que investiga *fake news* (definidas, no documento, como notícias fraudulentas), calúnias, ameaças outras afirmações difamatórias e injuriosas à Corte.

Dentre os autos do Inquérito 4828/DF há situações interessantes. Sejam os termos de declaração que indicam o papel do *crowdfunding* e da monetização de vídeos para a desinformação bolsonarista; a percepção da pequena *expertise* do tribunal em determinadas ocasiões; o organograma da rede de disseminação de conteúdos falsos, dentre outros.

No inquérito, Allan dos Santos disse receber R\$ 12 mil mensais por causa do *Terça Livre*, cuja renda é oriunda do YouTube. Adilson Nelson Dini, por sua vez, recebeu de R\$ 13 a

25 mil reais pelo *Ravox Brasil*, seu canal com 340 mil seguidores. Camila Abdo Leite diz que recebia R\$ 1200,00 do site *Estudos Nacionais* – a página foi uma das primeiras a insinuar que o então deputado David Miranda havia tornado seu escritório em um centro de espionagem internacional (OLIVEIRA, 2019) – R\$ 1200,00 do *Crítica Nacional* e US\$ 1800,00 do YouTube, por meio da monetização de seu canal, *Direto aos Fatos*. Além disso, recebia doações por meio do *apóia-se* (BRASIL. Supremo Tribunal Federal, 2020).

Fernando Lisboa Conceição, do *Vlog do Lisboa 1* e *Vlog do Lisboa 2*, afirmou receber entre R\$ 20 mil a 30 mil da plataforma, além de doações em sua conta bancária. Por sua vez, o *youtuber* José Luiz Bonito – sob o pseudônimo Roberto Boni, dono dos canais *Foco do Brasil* e *JB News*, que incentivavam ataques antidemocráticos – recebia entre US\$ 300 e 1200,00 por seu canal (BRASIL. Supremo Tribunal Federal, 2020). Em cumprimento a decisão do Tribunal Superior Eleitoral, o YouTube suspendeu o pagamento realizado a esses canais em 2021, sendo que tais valores deveriam ser depositados em conta judicial até o fim do inquérito.

Na petição 161128/20/Ministério Público Federal/PGR/HJ, nos autos do Inquérito 4828/DF, a Procuradoria-Geral da República (PGR) solicitou a identificação de proprietários de trios elétricos e caminhões que foram usados nos atos antidemocráticos de 19 de março e 3 de maio de 2020; assim como dados de contas que convocaram tais protestos; dentre outras demandas. Na fundamentação do pedido, a PGR indica que cascatas de publicação no Twitter defendendo uma intervenção militar faziam parecer que tal iniciativa tinha o apoio popular, quando, de fato, não tem (*astroturfing*). Além disso, aponta a existência de uma rede de desinformação e a importância das ferramentas de monetização das plataformas em seu sustento. Relata então que um *live* transmitida pelo canal *Folha Política* em 3 de maio de 2020, em que o então presidente Bolsonaro foi entrevistado, assistida 829 mil vezes, pode ter gerado remuneração entre US\$ 6 e 11 mil. O canal tinha, à época, 1,8 milhão de inscritos. Por sua vez, vídeo de uma *live* presidencial no dia do Exército com 1,5 milhão de visualizações, transmitido pelo *Foco do Brasil*, teria rendido entre US\$ 7,5 e 18,8 mil (BRASIL. Supremo Tribunal Federal, 2020). Tais dados apontam a importância de recursos de monetização dos conteúdos falsos, debate que será retomado no capítulo 6.

No âmbito do inquérito, as plataformas indicam, a pedido oficial, informações sobre páginas e contas que disseminam desinformação. É o caso da Informação Policial nº 06/2020 – SIP/SR/PF/DF, que reúne dados da página de Facebook *oswaldoeustaquiotvci* oferecidos pela plataforma. Tais dados, no entanto, não são úteis: indicam apenas o *id* da contas do criador ou dos administradores da página. Como não há vinculação por CPF – que não é solicitado no cadastro no Facebook –, a defesa de tais pessoas poderia argumentar, por exemplo, que outro

se passava por eles. A Polícia Federal, então, solicitou ao Facebook os dados da conexão e, a operadoras de telefonia, o endereço ou linha móvel relacionada.

Imagem 10 - Captura de tela do Inquérito 4828/DF

Classificação (função)	UID	Nome associado	Perfil
Criador	100006567970398	—	(Este conteúdo não está disponível no momento) - último acesso no dia 05/08/2020
Administrador	100002178867585	Hugo Alves	https://www.facebook.com/hugo.alves.16144/
Administrador	100001323138503	Oswaldo Eustáquio	—
Administrador	1239407702	Jackson Fernando	https://www.facebook.com/jackson.fernando.319/

Origem da Informação	Administrador (User ID)	CONEXÃO	IP	ENDEREÇO / Linha Móvel	HORÁRIO	Operadora
Facebook	Jackson Fernando (1239407702)	CGNA Tis/ Porta Lógica	[REDACTED]	[REDACTED]	20/07/2020 22:38:35 UTC	CLARO S/A
Facebook	Hugo Alves (100002178867585)	VIVO Fixo	[REDACTED]	QI 11 BL M LAGO SUL	20/07/2020 20:16:01 UTC	TELEFÔNICA BRASIL S.A (VIVO)
Facebook	Jackson Fernando (1239407702)	CGNA Tis/ Porta Lógica	[REDACTED]	[REDACTED]	20/07/2020 14:52:37 UTC	CLARO S/A
Facebook	Hugo Alves (100002178867585)	VIVO Fixo	[REDACTED]	QL 22 CJ 4 LT 7 LAGO SUL BRASILIA	20/07/2020 00:18:53 UTC	TELEFÔNICA BRASIL S.A (VIVO)
Facebook	Hugo Alves (100002178867585)	VIVO Fixo	[REDACTED]	QL 22 CJ 4 LT 7 LAGO SUL BRASILIA	15/07/2020 17:57:01 UTC	TELEFÔNICA BRASIL S.A (VIVO)
Facebook	Hugo Alves (100002178867585)	VIVO Fixo	[REDACTED]	QL 22 CJ 4 LT 7 LAGO SUL BRASILIA	15/07/2020 14:11:47 UTC	TELEFÔNICA BRASIL S.A (VIVO)
Facebook	Hugo Alves (100002178867585)	VIVO Móvel	[REDACTED]	(41) 9 9981-2200	11/07/2020 14:39:19 UTC	TELEFÔNICA BRASIL S.A (VIVO)

Fonte: BRASIL. Supremo Tribunal Federal, 2020.

Há, nos autos, uma resposta do Twitter à solicitação de restrição de contas. A plataforma dizia que não conseguia fazer tal ação sem a indicação do *id* do usuário, visto que a decisão que exigiu tal medida indicava apenas o CPF do proprietário da conta – dado que não é coletado no cadastro. Aparentemente, o tribunal não tinha conhecimento desse fato à ocasião. O inquérito ainda relata a aplicação de técnicas de otimização de ferramentas de busca (SEO, ou *Search Engine Optimization*) para atrelar uma imagem positiva a Bolsonaro; de esquemas de monetização; uma rede de desinformação, dentre outros temas (BRASIL. Supremo Tribunal Federal, 2020). É, certamente, fonte relevante para pesquisas sobre desinformação no país – assim como deve ser o Inquérito 4781/DF, sobre *fake news*, cujo sigilo ainda não foi levantado.

2.5.2 Comissões parlamentares de inquérito

Em 03 de julho de 2019, o deputado federal Alexandre Leite (DEM-SP) e alguns colegas solicitaram ao Congresso Nacional a instituição de uma Comissão Parlamentar Mista

de Inquérito (CPMI). A comissão teria como objetivo de investigar o uso de perfis falsos no pleito eleitoral de 2018, ataques on-line à democracia e ao debate público, o *cyberbullying* contra usuários da internet e agentes públicos, e a cooptação de crianças para crimes de ódio e em incitação ao suicídio. O Requerimento nº 11, de 2019, que deu origem à CPMI, indicava a automatização de postagens utilizada para ataques virtuais e desenvolver discussões não orgânicas, e apontando que esses robôs “criam e disseminam notícias falsas - as chamadas *fake News* -, e influenciam a opinião pública por meio da postagem e replicação de mensagens em larga escala” (BRASIL. Congresso Nacional, 2019, p. 2).

O documento discute a possibilidade de interferência estrangeira, por meio da publicação automática de conteúdos na internet, no debate público no Brasil. Cita, ainda, o caso do linchamento de Fabiane Maria de Jesus, dona de casa, espancada em Guarujá (SP), em 2014, devido a uma postagem na página *Guarujá Alerta*, no Facebook. O *post* dizia que havia relatos de que uma mulher estivesse sequestrando crianças para rituais mágicos e arrematava “se é boato ou não devemos ficar alerta (sic)”. Trazia um retrato falado – verdadeiro, mas atribuído a um caso carioca – e a foto de uma mulher loira, ambas as imagens de pessoas diferentes e sem nenhuma semelhança com Fabiana (CARPANEZ, 2018).

Nunca existiu tal sequestradora: não havia denúncias de sequestro de crianças na cidade à época. No entanto, nada disso impediu que Fabiana apanhasse por duas horas e falecesse dois dias depois (CARPANEZ, 2018). O Requerimento nº 11, de 2019, relata o caso para apontar que “o problema não reside, apenas, na divulgação de algumas notícias de veracidade duvidosa, mas também na forma como estas são propagadas nas redes sociais” (BRASIL. Congresso Nacional, 2019, p. 5). O documento segue, fazendo referência ao Inquérito 4.78 1, do Supremo Tribunal Federal, sobre as *fake news*. Aponta, ainda, investigações do Ministério Público de São Paulo sobre o massacre na escola em Suzano, em 2019, e suas ligações com grupos criminosos por meio da *deep web* (BRASIL. Congresso Nacional, 2019).

Foram convocados a depor na CPMI, os representantes legais do Facebook, do Google, do Instagram, do Telegram, do Twitter, do YouTube e do WhatsApp. Além disso, *The Intercept Brasil*, Quickmobile Brasil, Croc Services, Kiplix Brasil, Deep Marketing e SMS Market estiveram entre os ouvidos pela comissão. Também estiveram presentes agências de checagem, como Aos Fatos e a Lupa, assim como pesquisadores da área. A CPMI também ficou marcada pela oitiva de parlamentares que foram ligados ao ex-presidente Bolsonaro, que reforçaram a existência de um “Gabinete do Ódio” no Palácio do Planalto.

Dentre os temas investigados na CPMI esteve o “mensalinho do Twitter”, que foi denunciado por uma usuária da plataforma. Tratar-se-ia de um esquema de pagamento a influenciadores para defesa de políticos e suas propostas. Também esteve sob a alçada da CPMI uma miríade de acusações de distribuição em massa de mensagens políticas, dentre temas relacionados. A comissão foi denominada “CPMI da Mordaca” por opositores e grupos bolsonaristas, estando suspensa desde 20 de março de 2020, em função da pandemia.

Por sua vez, o Senado Federal, por meio dos Requerimento 1371 e 1372/2021, solicitou a criação de uma Comissão Parlamentar de Inquérito (CPI) para a investigação de temas relativos à pandemia de Covid-19. A existência de dois requerimentos iniciais explicita o contexto político em que a CPI era introduzida. O Requerimento 137/2021, assinado principalmente por senadores da oposição ao governo Bolsonaro, tinha o objetivo de “apurar as ações e omissões do Governo Federal no enfrentamento da pandemia da Covid-19 no Brasil e, em especial, no agravamento da crise sanitária no Amazonas com a ausência de oxigênio” (BRASIL. Senado Federal, 2021b, p. 2). Por sua vez, o Requerimento 1372/2021, assinado também por partidários do ex-presidente, tinha por âmbito investigar casos de corrupção, ação e omissão de todos os entes federativos (BRASIL. Senado Federal, 2021c, p. 2). A comissão aglutinou ambas as propostas, respeitando limitações constitucionais relativas ao papel de câmeras de vereadores e assembleias legislativas.

A CPI foi instalada em 27 de abril de 2021, com previsão de encerramento em 07 de agosto daquele ano. No entanto, foi prorrogada até 05 de novembro, sendo seu relatório final aprovado pela comissão em 26 de outubro de 2021. Tal documento aponta a existência de um gabinete paralelo no Governo Federal para a gestão da pandemia, grupo esse ligado ao negacionismo científico, favorável à tese da imunidade de rebanho e à profilaxia com remédios comprovadamente ineficazes. O relatório tem uma seção específica sobre a desinformação, reforçando a existência de um núcleo de comando de campanhas na Presidência da República e a formulação de tais conteúdos pelo chamado Gabinete do Ódio. Além disso, o relatório indica o uso da Administração Pública para a disseminação de mensagens falsas e sugere alterações legislativas (BRASIL. Senado Federal, 2021a).

2.6 Fake news: conceito e características

O capítulo apontou os desafios para se propor uma história da desinformação enquanto traça uma narrativa “histórica” dos conteúdos falsos e sua distribuição. Para tanto, convoca diversos casos sem uma preocupação cronológica, mas identificando características específicas que os aglutinam. A partir dessa “história provisória”, são discutidas as formas de verificação e

erros de categoria, em conformidade com Latour (2019). É esse fulcro teórico e metodológico que permite distinguir, nesta tese, diferentes tipos de desinformação. Dessa forma, observou-se, por exemplo, que teorias de conspiração operam ignorando – e propondo a destruição – da referência [REF], pautando-se pela crença em uma palavra salvadora [REL] e circular [POL]. Por outro lado, outras formas de desinformação (rumor, boato, *fake news*, conteúdo impostor etc.) buscam parecer verdadeiros simulando cadeias de referências – apresentam “inscrições” para garantir sua pretensão factual.

Retoma-se, então, a descrição de casos: dessa vez, como uma ilustração para a propaganda e outras formas de gestão dos públicos. Como ressalta o capítulo, havia um contexto político e social que defendia uma distinção ética da sociedade sob uma perspectiva aristocrática, divisão essa que demarca a psicologia social nascente no séc. XIX e início do séc. XX. Daí, parte-se a descrição de campanhas de desinformação com interesses políticos, narrativa essa pautada pela apresentação das características materiais dessas mensagens: apresenta-se as associações que lhes permitiram circular. Nesse sentido, o capítulo vislumbra as mudanças promovidas pela PDPA na desinformação – assunto que será tratado de forma mais ampla no capítulo 6.

Apona-se que *fake news* são mensagens falsas que parecem verdadeiras, distribuídas intencionalmente com o objetivo de enganar um grupo específico, gerar adesão política ou buscar ganhos econômicos. Circulam em cascatas de informação nas plataformas, que coparticipam de sua produção, circulação e refutação. Resultam, portanto, da PDPA – outras formas de desinformação, como o rumor, prescindem das plataformas, o que não ocorre com as *fake news*. Por fim, vale apontar que as FN atualizam outras estratégias de desinformação – produzem boato, podem ser conspiracionistas, geram adesão política assim como a propaganda o fazia – mas o fazem convocando uma rede mais ampla em sua produção, circulação e refutação – rede essa que envolve obrigatoriamente as plataformas digitais.

Segue-se, então, para a apresentação de um conceito de *fake news* a partir da fundamentação teórico-metodológica dos modos de existência dos Modernos (LATOURE, 2019), em especial o modo da referência [REF]. Tal definição considera que a extensão das inscrições permite aproximar os distantes, de modo que quanto maior tal pavimento de referências, melhor se conhece. Em tal perspectiva, a facticidade ou não de um conteúdo está relacionada à sua capacidade de instaurar bem as cadeias de referência, pagar pelas mediações que permitem a correspondência. Tendo em vista tal conceito, portanto, passa-se ao relato do que se compreende por *fake news* na literatura acadêmica e nas controvérsias políticas que pautaram o debate público no país nos últimos anos.

Há um arranjo específico – que parece reunir a palavra salvadora da religião [REL], a política [POL], a técnica [TEC] e a metamorfose [MET] – que resulta em condições que permitem a circulação da desinformação e sua veridicção. Veridicção aqui não está relacionado à ideia de verdade, mas à validade da proposição dentro de um modo específico: proposições religiosas fazem sentido no modo [REL], políticas no [POL] etc. Analisar *fake news* a partir de uma oposição verdadeiro-falso não é tão profícuo como entender os atores e a rede que permite sua produção, sua circulação, seu consumo, sua refutação e até sua “validade” dentro de arranjos específicos. Num grupo bolsonarista ou lavajatista, *fake news* sobre Lula são válidas – ainda que se saiba que não são informações verdadeiras – enquanto em outros contextos outros conteúdos falsos são válidos.

Indica-se que a mera análise desses conteúdos não permite identificar como são compostos, tampouco traçar estratégias para sua redução. As diversas formas de desinformação – e, claro, suas respectivas maneiras de veridicção – são constitutivas das associações, das subjetividades [MET]. É como se uma palavra salvadora [REL] derrubasse a mediação [DC] e permitisse uma relação com o objeto mais real do que aquela desenvolvida pelas referências [REF]. Isso, ao menos, é o que ocorre em discursos conspiracionistas. É preciso, portanto, identificar se as estratégias de veridicção de outros tipos de conteúdo falso reverberam tal modelo.

Nesse sentido, o capítulo 3 desenvolve a análise das inscrições que “sustentam” as *fake news* sobre o *kit gay*, a Vaza Jato e a Covid-19. Busca identificar como tais fontes são usadas de forma estratégica nesses conteúdos falsos, a fim de fazer parecer que são verdadeiros. Ademais, o próximo capítulo ainda ressalta os desafios para a análise automatizada de *fake news*, a partir de experiências com ferramenta de visão computacional.

La mentira sería imposible si el hablar primario y normal no fuese sincero. La moneda falsa circula sostenida por la moneda sana. A la postre, el engaño resulta ser un humilde parásito de la ingenuidade

Ortega y Gasset, no prólogo aos franceses de *La rebelión de las masas*

3 AS REFERÊNCIAS DAS *FAKE NEWS*:

KIG GAY, VAZA JATO E COVID-19

Nilson Papinho ganhou fama na internet em janeiro de 2019, quando conseguiu, após inúmeras tentativas e com o apoio de quem acompanhava seu canal, fazer um *slime* caseiro. Prontamente, um *still* do vídeo, em que o idoso está bastante feliz, começou a ser usado em postagens em um grupo do Facebook ligado ao Movimento Brasil Livre (MBL), o *Corrupção Brasileira Memes*. Além disso, uma conta falsa do aposentado no Twitter havia sido criada três dias antes do vídeo que viralizou – e rapidamente ganhou seguidores. Pouco tempo depois, surgem rumores que Nilson Papinho havia sido condenado por pedofilia no passado.

Diversos perfis – todos eles falsos e com fotos de mulheres – denunciavam que o Vovô do *Slime* era um predador sexual. Concomitantemente, contas relevantes ligadas à esquerda repercutiram as acusações. Imediatamente, perfis ligados ao bolsonarismo – dentre eles, Nando Moura, *youtuber* recomendado pelo então presidente Bolsonaro – passaram a atacar as contas que criticavam o suposto envolvimento de Nilson Papinho com práticas sexuais ilícitas. Buscava-se emplacar a narrativa que afirmava que a esquerda caluniava um senhor aposentado, enquanto a conta falsa do Vovô do Slime – e dos grupos bolsonaristas que engajaram em sua defesa – angariavam mais seguidores.

“Criaram perfis falsos para fazer acusações falsas. Depois criaram perfis falsos para desmentir. Chegaram até a criar um perfil falso do vovô, que repercutia os desmentidos feitos por um perfil anônimo recém-criado”, como descreve matéria do *The Intercept Brasil* (FILHO, 2019, sem paginação). De tal forma, contas recém-criadas ligadas à direita ganhavam mais seguidores – à custa da reputação de alguém que havia sido investigado por um inquérito policial encerrado pela falta de provas e testemunhas – e ligavam a esquerda a crimes contra a honra. A boataria foi traumática para Nilson Papinho, que passou a evitar entrevistas e tornou-se recluso (NILSON..., 2022).

Em 16 de julho de 2019, outra campanha de difamação toma o Twitter: o *Pavão Misterioso* começa a denunciar um esquema mirabolante envolvendo espões russos, milhões de rúpias e a equipe do *The Intercept Brasil*. Uma das diversas contas usadas no ataque (@opavaomisterio, à época com quase 139 mil seguidores) havia mudado recentemente seu *username*: antes, era um perfil de fãs de Justin Bieber e passa a ser usada para disseminar

desinformação (OLIVEIRA, 2019). Trata-se de estratégia comum na plataforma: cria-se uma *fan account* ou perfil que publica postagens populares, como memes de gatinhos. Quando o número de seguidores cresce, o perfil é vendido e o *username* é alterado. Por essa estratégia, não é de se estranhar o rechaço ao *Choquei* quando o perfil compartilhou a teoria conspiratória sobre a civilização em Ratanabá²⁹.

As denúncias do Pavão Misterioso foram um ataque coordenado, o que pode ser percebido quando se considera que

a) sempre que uma nova denúncia era publicada, era acompanhada pela ascensão –aparentemente, por meio de bots– de uma *hashtag* específica aos *trending topics* do Twitter; *b)* a denúncia é feita – e reverbera – em perfis novos, sem seguidores, que ganham força, ou em perfis que antes se dedicavam a postar conteúdos distintos e mudaram seu *username*; *c)* retoma-se boatos e teorias conspiratórias existentes desde que Jean Wyllys renunciou a seu mandato de deputado federal, em janeiro de 2019; *d)* a credibilidade de quem compartilha as denúncias parece significativa para sua disseminação; e *e)* busca-se uma “gestão” das emoções de quem recebe as postagens por meio de estratégias discursivas – como um discurso inflamado e conspiratório – e por meio de táticas específicas para ampliar a disseminação desses conteúdos. (OLIVEIRA, 2019, p. 2, grifo no original).

A similaridade entre a difamação à Nilson Papinho e a conspiração denunciada durante os voos do Pavão Misterioso ilustra a intrincada relação entre plataformas, crença e desinformação. Neste capítulo, desenvolve-se uma análise de conteúdos falsos relacionados ao *kit gay*, à Vaza Jato e à Covid-19. O objetivo é identificar as referências evocadas / produzidas por tais postagens, a fim de compará-las com aquelas produzidas pelo jornalismo de checagem. Além disso, como estratégia para entender recursos de detecção automática de conteúdos falsos, utiliza-se uma ferramenta de visão computacional (*Google Vision*) para análise das postagens, a fim de investigar a acurácia e o funcionamento de tais dispositivos.

3.1 Procedimentos metodológicos

Um dos objetivos desta tese é identificar como a circulação de conteúdos intencionalmente e verificadamente falsos resultou, ao longo da história, na formação de grupos de apoio ou repúdio a um ponto de vista específico em uma controvérsia política, problematizando possíveis mudanças oriundas da PDPA

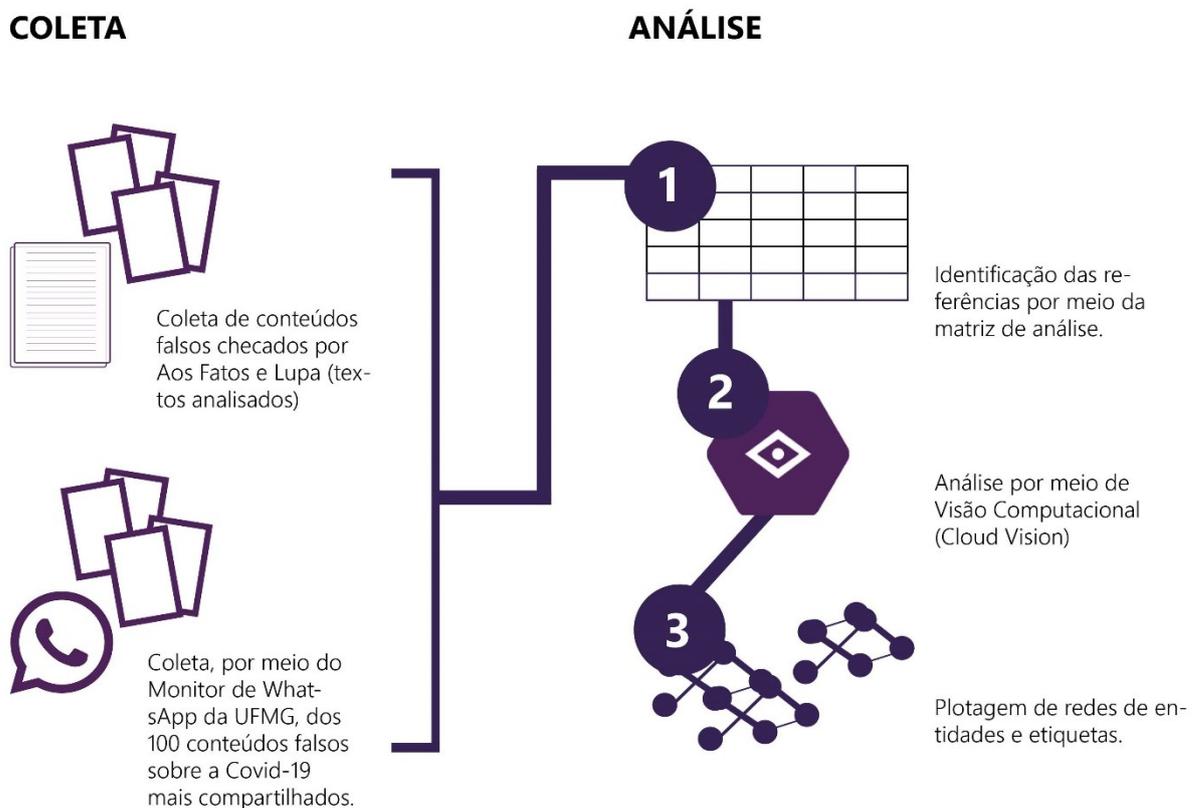
Vale ressaltar que a **Hipótese B** postula que *as fake news, por sua vez, são mensagens que permitem relatar um fenômeno em algum texto, mas não buscam manter uma vinculação com os principais aspectos desse fato. Elas desenvolvem cadeias de referência menos extensas,*

²⁹ Ver Capanema (2022)

baseadas na utilização do formato jornalístico de redação ou na apresentação de uma foto, imagem ou vídeo fora do contexto. São geralmente redigidas de um modo que denota valores e sentimentos específicos, que busca emocionar quem as lê, criando grupos de adesão e/ou repúdio.

Para que seja testada, deve-se identificar os conteúdos falsos sobre as temáticas selecionadas, assim como desenvolver a identificação das referências por eles convocadas. Ainda, torna-se necessário comparar tais cadeias de referência às convocadas pelas checagens, descritas na análise apresentada no capítulo 4.

Imagem 11 - Fluxograma dos procedimentos metodológicos – Parte 1



Fonte: dados da pesquisa, 2022.

Tendo em vista a **Hipótese B**, buscou-se identificar a criação / evocação de referências por conteúdos falsos sobre os casos analisados. A coleta de tais imagens foi desenvolvida de forma concomitante à coleta das checagens. No Quadro 2, indica-se as fontes consultadas, o método de coleta, tratamento e análise dos dados.

Quadro 2 - Fontes consultadas, coleta, tratamento e tipo de análise

	Coleta / Método	Tratamento	Análise
Conteúdos falsos checados pelo Aos Fatos e pela Lupa	Coleta manual de conteúdos falsos checados, com conferência de outra pessoa.	Cópia dos conteúdos falsos checados. Arquivos renomeados para padrão específico.	Análise de conteúdo por meio de matriz de análise Visão computacional
	Uso do <i>WebScrapper</i> e de planilha no Excel para conferência das matérias coletadas.		
Conteúdos falsos que circularam no WhatsApp	Coleta de imagens sobre os casos por meio do Monitor de WhatsApp	Cópia dos conteúdos falsos mais compartilhados. Arquivos renomeados para padrão específico.	Análise de conteúdo por meio de matriz de análise Visão computacional

Fonte: elaborado pelo autor, 2022.

Conteúdos falsos checados pelas agências: nas checagens, as agências apresentam uma captura de tela do conteúdo que está sendo verificado, de forma que é possível identificar a origem da informação avaliada. Desse modo, todas as capturas de tela apresentadas nos textos analisados foram copiadas, recebendo denominação homônima à do texto a que estão relacionadas. Desenvolveu-se, ainda, raspagem por meio do *WebScrapper*, a fim de identificar conteúdos falsos que eventualmente não haviam sido coletados e considerá-los no escopo de análise.

É possível encontrar vieses nessa estratégia de coleta. As agências de checagem fazem a seleção dos conteúdos que serão analisados a partir de critérios específicos de noticiabilidade, como se discute no próximo capítulo. Além disso, não se pode olvidar a relação assimétrica entre a Meta e os checadores vinculados ao Programa de Verificação de Fatos Independente (3PFC), convênio descrito por Lemos e Oliveira (2021). Pontua-se, ainda, que as limitações da metodologia de checagem das agências também determinam o que é ou não verificado – opiniões, por exemplo, não são objeto de análise. Desta forma, há vieses na seleção aqui desenvolvida, que demandam uma estratégia específica de análise.

Vale retomar o objetivo desta etapa da tese. A proposta é realizar um primeiro teste da Hipótese B, a partir da descrição das cadeias de referência convocadas pelos conteúdos falsos. Sendo assim, os casos analisados assumem caráter comparativo, não descritivo. Eventuais vieses na coleta não impedem o levantamento das referências convocadas, que são distintas em cada caso e tipo de conteúdo. Ademais, a “centralidade” da tese em relação às agências de checagem é reduzida a partir da coleta em outras fontes, como o WhatsApp.

Conteúdos falsos no WhatsApp: a identificação e coleta de conteúdos falsos no mensageiro foi desenvolvida com o apoio do Monitor de WhatsApp, ferramenta desenvolvida pela UFMG (RESENDE *et al.*, 2018). O sistema reúne diariamente publicações mais compartilhadas em mais de 300 grupos públicos, apresentando tais conteúdos separados por tipo de mídia. A imagem 12 apresenta o *feed* do sistema:

Imagem 12 - Feed do Monitor do WhatsApp (UFMG)



Fonte: captura de tela (2022).

A seleção desenvolvida pela ferramenta também pode resultar em um viés nesta pesquisa. O monitoramento é desenvolvido pela coleta de dados presentes em 300 grupos públicos distintos, mas não é possível afirmar que a escolha destes grupos foi desenvolvida de modo a garantir que todos os espectros políticos sejam considerados, por exemplo. A amostragem por conveniência, que caracteriza a seleção desenvolvida nesta tese, também pode implicar em vieses. No entanto, esta pesquisa busca compreender o que caracteriza as *fake news* e as referências por elas convocadas, que são distintas para cada tipo de conteúdo – tal objetivo não é impedido por eventuais vieses percebidos na coleta.

Não é possível realizar generalizações justamente porque há uma miríade de formatos e gêneros da desinformação. Além disso, em uma perspectiva pragmática como a adotada nesta

tese (sob inspiração da Teoria Ator-Rede e abordagem neomaterialista), é preciso observar o entrelaçamento, as associações envolvidas na desinformação: logo, o contexto de publicação, o teor do conteúdo, além de uma diversidade de fatores devem ser considerados. A tarefa aqui realizada, então, é desembaraçar esse emaranhado de atores que produzem a desinformação sobre o *kit gay*, a Vaza Jato e a Covid-19.

Ressalta-se que não é possível recuperar todos os conteúdos que foram compartilhados nos grupos, em função do tempo decorrido desde sua publicação. O Monitor do WhatsApp não registra conteúdos que circularam sobre o *kit gay* em 2018. Sendo assim, foi possível coletar apenas imagens com teor desinformativo sobre a Vaza Jato³⁰ e a Covid-19, conteúdos postados em 2019 e 2020. Os procedimentos de coleta são descritos a seguir.

O *feed* do Monitor do WhatsApp apresenta as imagens disseminadas nos grupos monitorados em ordem decrescente de compartilhamentos. Foram consideradas as nove primeiras publicações de cada dia, sendo selecionadas aquelas relacionadas à Covid-19. A partir de tal coleta, foram identificadas 770 imagens “únicas” compartilhadas em 2020³¹. Todo o *corpus* (770 imagens), no entanto, foi analisado por meio de Visão Computacional (*Google Vision*). Para garantir que a análise manual fosse exequível, foram selecionadas 100 imagens: foram sorteados cem dias (o número de dias por mês não foi padronizado, visto que o compartilhamento de conteúdos falsos sobre a Covid-19 ganhou maior tração a partir de março de 2020) e, posteriormente, sorteou-se a imagem a ser analisada (uma imagem por dia).

O *corpus* de conteúdos falsos analisados é descrito na Tabela 3:

Tabela 3 - *Corpus* de conteúdos falsos analisados

Caso	Checagens	WhatsApp	Corpus
<i>Kit gay</i>	16	-	16
Vaza Jato	10	5	10
Covid-19	254	100*	354
Total	280	105	385

* para a análise por visão computacional, foram consideradas todas os conteúdos falsos sobre a Covid-19 coletados no Monitor de WhatsApp, no total de 770 imagens.

Fonte: elaborado pelo autor, 2022.

³⁰ Todas as postagens sobre a Vaza Jato foram coletadas e compõem o *corpus* analisado.

³¹ Ressalta-se que uma mesma mensagem pode ser compartilhada por vários dias.

3.1.1 Matriz de análise

A análise manual foi realizada a partir de matriz desenvolvida para tanto, apresentada a seguir. Observe-se que há, inclusive, um exemplo de aplicação desta matriz:

Imagem 13 - Postagem compartilhada no Facebook denunciava suposta capa do kit gay [P1-1]



Fonte: dados da pesquisa, 2020.

Quadro 3 - Matriz de análise de conteúdos falsos

Identificação do conteúdo

ID	Tipo [Captura de tela; áudio; vídeo; outro]	Completo? [Sim; Não]	Conteúdo [Texto e imagem; Apenas texto; Apenas imagem etc.]	Descrição geral
P1	Captura de tela	Sim	Texto e imagem	Imagem postada no Facebook. Apresenta desenhos, sendo personagens do mesmo sexo beijando-se ou em ato sexual. Texto na imagem: “Kit-gay”. Legenda aponta que se trata da capa do referido material.

Aspectos formais

Plataforma [Facebook, WhatsApp, Twitter etc.]	Legenda [Sim; Não]	Indica link? [Sim; Não]	Compartilhamento [Público; Privado; Só para amigos]	Texto em caixa alta? [Sim; Não]	Detalhamento
Facebook	Sim	Não	Público	Não	

Referências

Argumento	Fonte apresentada	Tipo de fonte	Apresentação da fonte	Tom do texto	Observações
<i>Kit gay</i> realmente existiu	Não se indica	Não se indica	Marca do projeto Escola sem homofobia	Texto de teor denunciante, aponta que se trata de conteúdo impróprio para crianças e convoca os leitores a não votarem em partidos de esquerda.	

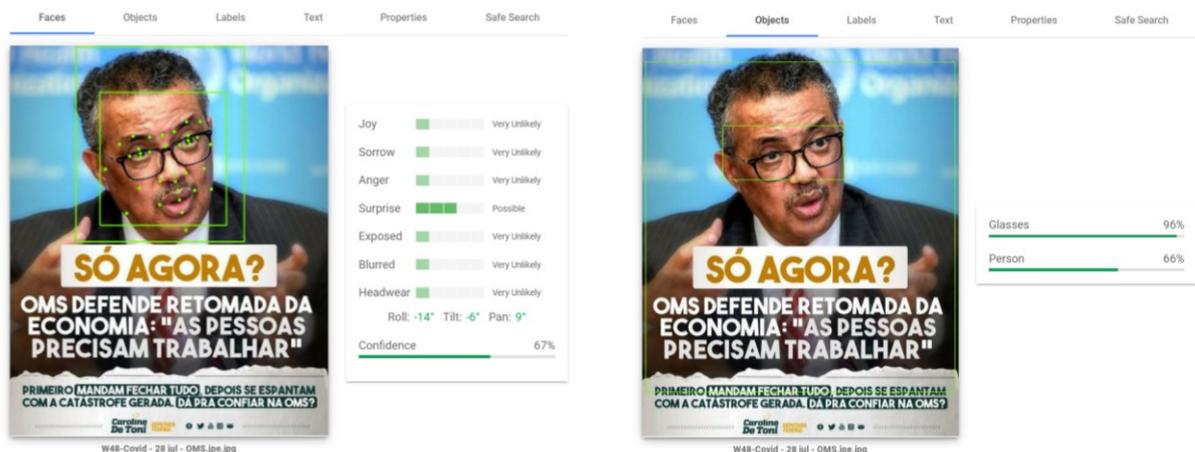
Fonte: dados da pesquisa, 2020.

3.1.2 Visão computacional

Como etapa complementar e experimental, adotou-se a visão computacional como ferramenta de análise. A partir das orientações de Omena e colegas (2021), os conteúdos falsos analisados foram identificados por meio do *Google Vision*. Trata-se de uma inteligência artificial embarcada no *Google Cloud*, ferramenta corporativa de processamento de dados da Alphabet. A adoção de tal sistema busca garantir a triangulação de resultados da análise, visto que a matriz de análise anteriormente apontada é preenchida manualmente pelo pesquisador. Ademais, permite fazer inferências sobre o funcionamento de sistemas automatizados de detecção de conteúdos falsos.

A imagem 14 destaca as funcionalidades oferecidas pelo sistema, enquanto os *outputs* da ferramenta são apresentados na 15:

Imagem 14 - Categorias de análise do *Google Vision*



Labels

- Forehead: 98%
- Glasses: 98%
- Vision Care: 85%
- Happy: 81%
- Adaptation: 79%
- News: 78%
- Eyewear: 76%
- Poster: 76%
- Font: 75%
- Publication: 74%
- Photo Caption: 73%
- Event: 60%

W48-Covid - 28 jul - OMS.jpg

Text

- +Block 1: SO AGORA ?
- +Block 2: OMS DEFENDE RETOMADA DA ECONOMIA: "AS PESSOAS PRECISAM TRABALHAR"
- +Block 3: PRIMEIRO MANDAM FECHAR TUDO, DEPOIS SE ESPANTAM COM A CATÁSTROFE GERADA DA PRA CONFIAR NA OMS ?
- Caroline DEPUTADA O De Toni FEDERAL

W48-Covid - 28 jul - OMS.jpg

Properties

Dominant Colors

#774736, RGB(119, 71, 54) 17%

Crop Hints

Aspect Ratio: 0.8

W48-Covid - 28 jul - OMS.jpg

Safe Search

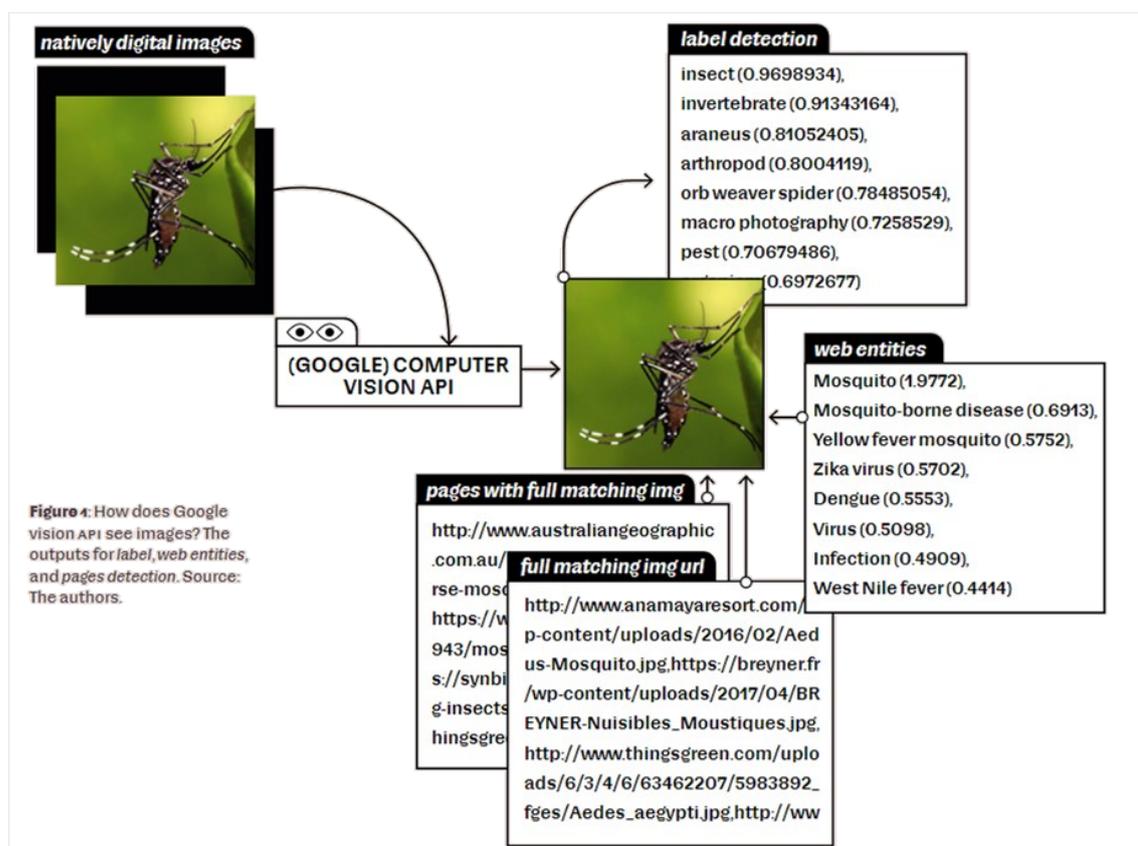
- Adult: Very Unlikely
- Spoof: Unlikely
- Medical: Unlikely
- Violence: Very Unlikely
- Racy: Very Unlikely

Likeness values are Unknown, Very Unlikely, Unlikely, Possible, Likely, and Very Likely

W48-Covid - 28 jul - OMS.jpg

Fonte: captura de tela, 2022.

Imagem 15 - Outputs do Google Vision para a imagem do Aedes aegypti



Fonte: Omena e colegas (2021, p. 8).

Todos os conteúdos falsos relacionados aos casos (tanto os coletados nas checagens quanto aqueles do WhatsApp) foram analisados nesta fase. Em conformidade com as orientações de Omena e colegas (2021), a primeira etapa desenvolvida foi o tratamento destas imagens, realizado a partir do *BulkResize*. Boa parte das imagens baixadas no WhatsApp estava no formato *.jpe*, que não é compatível com o *Google Vision*. Desta forma, as imagens foram redimensionadas – para reduzir o tamanho do arquivo e, assim, facilitar o processo de análise – e convertidas em *.jpg*.

Por meio do *Memespector GUI*, fez-se requisição à API do Google para analisar as imagens supracitadas. O sistema retoma as análises em dois tipos de arquivos estruturados: uma planilha no formato *.csv* e um arquivo *.json*. Analisou-se especificamente as colunas que apresentam as etiquetas (*labels*) e entidades (*web entities*) relacionadas às imagens, assim como

as páginas de internet em que foram compartilhadas³². A partir destas tabelas, utilizou-se o *Gephi* para plotar as redes de entidades (*web entities*) e de etiquetas (*label entities*)³³.

3.1.3 Limitações da pesquisa

Apresentados os procedimentos metodológicos, importa destacar limitações da pesquisa cujos resultados são descritos na presente seção. A principal limitação dessa etapa da metodologia é, certamente, a estratégia de coleta de conteúdos falsos para a análise. Afinal, a maioria desses é oriunda das checagens desenvolvidas por Aos Fatos e Lupa, reproduzindo, assim, o viés de seleção dessas agências – e, como se discute no capítulo 5, do 3PFC da Meta. Espelha, ainda, as limitações da metodologia de checagem e do próprio formato “checagem”.

Outro problema da metodologia de coleta dos conteúdos falsos é que tais imagens são retiradas de seu contexto de circulação. Tome-se, por exemplo, as postagens de WhatsApp aqui analisadas: sua coleta utilizou o Monitor de WhatsApp da UFMG (RESENDE *et al.*, 2018), que extrai os conteúdos que circulam em grupos públicos de debate sobre política no mensageiro. Ora, como destaca o capítulo 6, a materialidade do aplicativo interfere no modo como as mensagens são enviadas ao *chat* e, portanto, uma análise fora de tal contexto acaba falhando. Ademais, trabalha-se com outro viés: o “horizonte da verdade” (CRAWFORD, 2021) são os grupos monitorados pela ferramenta.

A coleta de conteúdos que circularam no WhatsApp, por sua vez, também não permite constituir uma amostra probabilística, mas sim uma amostragem aleatória por conveniência. Ora, não é possível aferir o número de grupos de política existentes no mensageiro, tampouco a quantidade total de mensagens que neles circulam. Sem a compreensão do universo, não é possível dizer se o número de postagens aqui analisados é relevante (provavelmente, não), tampouco que é o conteúdo que mais foi compartilhado no mensageiro. Sendo assim, a análise pode parecer anedótica, relatar postagens pinçadas e avaliadas aleatoriamente, o que, porém, está distante da realidade.

Por fim, em relação à visão computacional, é necessário considerar as limitações do método proposto por Omena e colegas (2021), aqui reproduzido. Ora, o *Memespector GUI* faz

³² “In general, *labels* and *web entities* provide textual descriptions to images, while *web pages* describe where images are found. In detail, *label detection* provides both general and specific labels with confidence score and topicality rating afforded by machine learning models. [...] Google Vision also possesses features not found in other computer vision APIs: the detection of *web entities* and *pages*. [...] This tells us that *web entities provide references to an image obtained from the web environment*, which goes beyond the content of the image itself. We assume that the detection of web entities and pages may include Google’s ranking systems, license data, public sources, and factual information received directly from content owners” (OMENA *et al.*, 2021, p. 6).

³³ As redes de páginas são apresentadas no capítulo 6.

requisições específicas à API *Google Vision*, sendo os resultados limitados pelo que é solicitado. Ademais, é importante refletir sobre as inteligências artificiais e seus recursos de classificação. Lembra Bucher (2018) que o poder e as políticas dos algoritmos se originam do modo como sistemas algorítmicos moldam nossos encontros com outros e orientam o mundo, não podendo ser reduzido ao código. Neste sentido, é preciso identificar como e quando diferentes aspectos do algoritmo se tornam disponíveis para atores específicos, sob que circunstâncias e quem ou o que participa.

As inteligências artificiais, como destaca Crawford (2021), refletem e produzem, concomitantemente, nossa compreensão do mundo e as relações sociais. Por não serem autônomos e tampouco racionais, só são capazes de discernir algo por meio de um amplo treinamento computacional. É uma indústria de extração, que depende de dados, recursos minerais, trabalho humano, combustível, infraestrutura computacional, logística etc. Justamente por isso, deve-se questionar *o que otimizam, para quem fazem isso e quem tem poder de decisão*.

É necessário olhar, ainda, para os bancos de dados utilizados na classificação. Crawford (2021) se debruça sobre as tecnologias de reconhecimento facial e discute a *Special Database 32 – Multiple Encounter Dataset (MEDS)*, base de dados mantida pelo governo estadunidense. Tal repositório armazena *mug shots* – imagens tiradas para registrar pessoas detidas pela polícia – e é utilizada no treinamento de algoritmos de detecção de rostos. Dessa forma, tais imagens deixam de ser utilizadas na identificação, mas começam a refinar uma perspectiva automatizada de visão. Assim sendo, tais sistemas de inteligência artificial são treinados em uma base de dados tomada como apolítica e inerte – ainda que as pessoas detidas estejam com hematomas, cicatrizes e curativos, resultado da agressão policial.

Lembra Crawford (2021) que tais sistemas refletem um viés político específico, sendo ferramentas de extração e um registro de poder. São ferramentas que dão visibilidade a alguns aspectos enquanto ocultam outros (GILLESPIE, 2018, CRAWFORD, 2021), que não apenas mudam *com* o evento, mas são capazes de mudar o próprio evento. Nesta perspectiva, uma agenda de pesquisa não deve se preocupar com *quem* age por meio dos algoritmos, mas observar, em eventos específicos, *quando, onde* e *o que* tem agência (BUCHER, 2018).

Por fim, resta compreender a dupla execução política desses algoritmos: condensam muitos resultados potenciais em um simples *output*, que se apresenta como solução final; e a finalização precoce de debates políticos fundamentada em dados cujos padrões, supostamente, seriam reconhecíveis previamente. Ademais, os próprios algoritmos se reorganizam (e organizam os dados) para gerar um *output* (AMOORE, 2020). O “horizonte da verdade” é

determinado pelas próprias ferramentas (CRAWFORD, 2021), ainda que seja resultado de sua interferência.

Tal debate busca apontar algumas questões relacionadas ao aprendizado dessas ferramentas de inteligência artificial – o que também ocorre com o *Google Vision*. Dessa forma, ressalta aspectos a serem considerados na análise apresentada a seguir, assim como indagações a serem levadas em conta quando se analisam sistemas de detecção automática de conteúdos falsos. Tal debate é retomado no capítulo 6 desta tese.

3.2 Os conteúdos falsos sobre o *kit gay*

Acreditar nos conteúdos falsos que denunciam a existência do *kit gay* parece uma questão de fé. As cadeias de referência que os sustentam são pouco extensas, assim como facilmente desmontadas. Quinze das 16 imagens analisadas não apresenta fontes para comprovar suas alegações. O único conteúdo que consulta um documento é uma matéria feita pela TV Record, retirada de contexto, que desenvolve um jornalismo declaratório: consulta-se Haddad e Bolsonaro. Quatro imagens apresentam a marca do *Escola sem homofobia*, simulando a capa das apostilas que supostamente haviam sido distribuídas nas escolas (ver Imagem 13, apresentada na seção 3.1.1).

Dentre os 16 conteúdos falsos analisados, um não possui legenda ou texto (apenas imagem), há três vídeos e 12 que intercalam texto e imagem. Dentre esses, seis *cards*, duas capturas de tela de um *blog* e quatro postagens que simulam a capa de uma publicação. Três argumentos são defendidos pelos conteúdos analisados: Haddad criou o *kit gay* e acredita que é responsabilidade do Estado decidir pela sexualidade dos cidadãos; o governo do PT defende apenas *gays* e desenvolve a sexualização precoce nas escolas; e o *kit gay* realmente existiu.

Na análise dos conteúdos falsos sobre o *kit gay*, identificou-se estratégias específicas para “produzir” inscrições que lastreassem o que se afirma. Contudo, são produzidas cadeias de referência pouco extensas e facilmente desmontáveis. As estratégias envolvem uso equivocado de fontes e são tipificadas a seguir:

- **Atribuição equivocada de autoria:** dentre os conteúdos analisados são apresentadas afirmações atribuídas a Fernando Haddad. Destaque a um *tweet* de Olavo de Carvalho, dizendo que o ex-ministro da Educação defendia que o incesto deveria deixar de ser tabu, assim como *cards* em que se atribui a Haddad a afirmação de que o Estado seria responsável pela sexualidade das crianças. Também é atribuída à Manuela D’Ávila, vice na chapa para a presidência, a promessa de que as bandeiras LGBTQIA+ e do Brasil tremulariam juntas.

- **Documentos manipulados:** diversas imagens são apresentadas como a “capa” do *kit gay*. Um exemplo é a Imagem 13, apresentada na seção 3.1.1. Trata-se da falsificação de um documento: cria-se uma capa inverídica para um documento que também não existe.
- **Conspiracionismo:** a “mamadeira de piroca” é o maior exemplo do uso conspiracionista de uma “evidência”. A partir de uma suposta experiência vivida pelo autor do vídeo, denuncia-se que o governo do PT – que não estava no poder – estava distribuindo objetos fállicos nas escolas. Outro conteúdo, por sua vez, aponta que creches de Fortaleza, capital do Ceará, as crianças estariam sendo masturbadas. São absurdos que demandam toda a suspensão do raciocínio científico [REF] e a adoção da crença [REL].
- **Falsa conexão:** todos os conteúdos consideram que o *Escola sem Homofobia* é um projeto para sexualização precoce e promoção da homossexualidade em crianças. Além disso, relacionam ações do PT à defesa e promoção de valores contrários aos da família tradicional brasileira.

A simplicidade dos conteúdos falsos sobre o *kit gay* – e simplicidade, aqui, refere-se à ausência de inscrições ou a cadeias de referências facilmente desmontáveis e capengas – parece aproximar essas imagens de teorias da conspiração. Como argumentou-se na seção 2.2, o conspiracionismo rejeita a verificação por meio das referências, pois pauta-se numa perspectiva que nega o acesso à verdade pela Ciência. A origem do *kit gay* é um pronunciamento mentiroso do então deputado federal Jair Bolsonaro, sendo tal afirmação lastreada em um programa que era desenvolvido pelo Governo Federal. Seu retorno e ressurreição na eleição de 2018, porém, foi conspiracionista e sem qualquer lastro em inscrições / referências.

Naquele pleito eleitoral, o livro *Aparelho Sexual & Cia* foi apresentado como evidência de um grande complô governamental pela homossexualidade e sexualização precoce de crianças. A partir dessa “prova”, tudo deveria ser questionado, tendo em vista o suposto aparelhamento do Estado desenvolvido pelo PT – que não ocupava o poder há dois anos. É uma teoria da conspiração, o que é percebido quando se considera a ausência de referências que garantam qualquer pretensão factual aos conteúdos falsos. Embora essa seja uma hipótese muito credível, no entanto, é preciso considerar que a escolha noticiosa das agências de checagem também pode explicar a ausência de lastro.

Na seção 5.1.2.4, excerto de entrevista com o coordenador de jornalismo da Lupa indica desafios enfrentados pela agência na checagem de conteúdos sobre o Pavão Misterioso (Vaza Jato). Ali, o entrevistado indica que desconstruir tal teoria da conspiração era possível por meio de uma reportagem, mas que o formato “checagem” não permite isso. Considerando a

metodologia das agências – apresentada na seção 4.1.7 –, a seleção de conteúdos falsos sobre o *kit gay* a serem verificados pode ter priorizado aqueles com referências facilmente desmontáveis – desse modo, tal viés seria reproduzido nesta tese. Ademais, o período de publicação das checagens (entre agosto de 2018 e novembro de 2019) é caracterizado por um discurso conspiracionista sobre o *kit gay*.

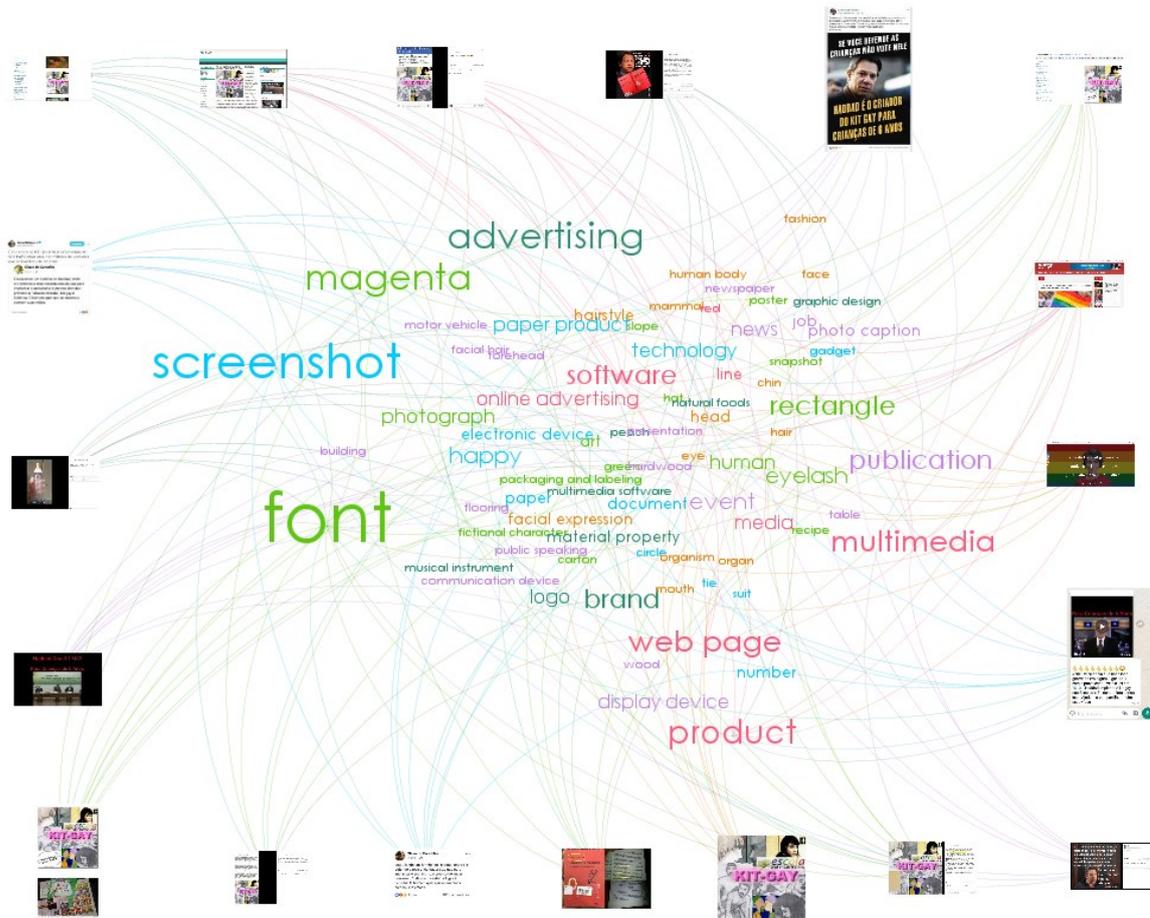
3.2.1 Etiquetas e entidades em conteúdos sobre o *kit gay*

Todos os conteúdos falsos sobre o *kit gay* verificados pelas agências foram analisados por meio da visão computacional, em uma etapa complementar e experimental. O objetivo da presente seção é destacar os resultados relacionados ao caso, além de fazer algumas inferências sobre a identificação automatizada de conteúdos falsos por meio de inteligências artificiais. Nesta etapa, serão descritas as etiquetas (*web labels*) e entidades (*web entities*) relacionadas ao conteúdo. No Apêndice A estão listados todos os *outputs* oferecidos pelo *Google Vision*, ferramenta adotada nesta tese.

As etiquetas são descrições textuais da imagem, produzidas por inteligência artificial, com um grau de confiança específico (OMENA *et al.*, 2021). Sendo assim, são pouco específicas ou desprovidas de um contexto semântico. Na Imagem 16 está plotada a rede de etiquetas relacionadas aos conteúdos falsos sobre o *kit gay*. Ressalte-se que, quanto maior o destaque, maior o número de menções a uma etiquetas. Por outro lado, quanto maior a miniatura do conteúdo analisado, também aumenta o número de etiquetas por ele convocadas. As cores, por sua vez, estão relacionadas à modularidade³⁴: cores iguais representam nós que tem a mesma modularidade.

³⁴ “A modularidade é uma métrica de grupabilidade, ou seja, está relacionada à tendência de determinados nós se conectarem entre si [...] Em termos de redes sociais, a modularidade é uma métrica que auxilia na identificação de subgrupos de atores dentro de um grande grupo. Com isso, podemos observar grupos cujas conexões são mais frequentes entre si do que com o restante da rede” (RECUERO, 2017, p. 41-42).

Imagem 16 – Rede de etiquetas identificadas pelo Google Vision nos conteúdos falsos sobre o *kit gay*



Fonte: dados da pesquisa, 2023.

Observe-se menções ao tipo de conteúdos (“*screenshot*”, “*advertising*”, “*publication*”, “*photo caption*”, “*web page*”, “*newspaper*”, “*news*” etc.), descrições de seu formato (“*rectangle*”, “*circle*”) e conteúdo (“*face*”, “*facial expression.*”, “*forehead*”, “*eyelash*”, “*chin*”, “*mouth*”, “*hair*”, “*haistyle*”, “*human body*”, “*logo*”, “*organism*”, “*tie*”, “*suit*”, “*number*” etc.). Tais descrições fazem mais sentido quando se considera as imagens individualmente. A Imagem 17 apresenta a rede de etiquetas relacionadas a um conteúdo falso sobre o *kit gay*. Observe-se que a ferramenta identifica que se trata de uma publicação, observa a existência de uma legenda (*photo caption*), da testa de Fernando Haddad, mas se confunde sobre a presença de uma barba. Também não consegue apontar se tal conteúdo se trata de postagem noticiosa ou um anúncio.

Imagem 17 - Etiquetas identificadas pelo *Google Vision* relacionadas a um conteúdo falso sobre o kit gay



Fonte: dados da pesquisa, 2023.

Como explicam Omena e colegas (2021), as entidades da web (*web entities*) são textos descritivos que se fundamentam no conteúdo recuperado pelo sistema de ranqueamento do Google Imagens. Dessa forma, recuperam descrições sobre aquela imagem disponíveis on-line, reproduzindo, portanto, o contexto em que tal conteúdo está inserido. Sendo assim, se a maior parte das páginas e menções às imagens analisadas disser que o *kit gay* realmente existiu, a ferramenta de visão computacional não vai identificar que tal conteúdo não é verídico. Se atribuem a suposta cartilha à Fernando Haddad, isso também será demonstrado no *output* da ferramenta.

Imagem 18 - Rede de entidades identificadas pelo *Google Vision* nos conteúdos falsos sobre o kit gay



Fonte: dados da pesquisa, 2023.

Na Imagem 18, destaca-se a rede de entidades convocadas pelos conteúdos falsos. Mais uma vez, quanto maior o destaque, maior o número de menções a uma entidade. Por outro lado, quanto maior a miniatura do conteúdo analisado, também aumenta o número de entidades por ele convocadas. As cores, por sua vez, estão relacionadas à modularidade: cores iguais são encontradas em nós que tem a mesma modularidade.

A rede de entidades (*web entities*) apresenta temas relacionados às imagens analisadas por meio de visão computacional. Observe-se que outras entidades foram identificadas e, para garantir a legibilidade da rede e inserir apenas elementos relacionados ao tema, foram retiradas no processo de limpeza dos dados. Ora, a Imagem 18 destaca “Fernando Haddad” e “Escola sem Homofobia” como as entidades relacionadas a mais conteúdos. Também merecem destaque “Partido dos Trabalhadores”, “Mamadeira de Piroca” e “Eleição presidencial de 2018”. A análise da rede, porém, ainda revela outros elementos interessantes. A menção à “Desinformação” e ao “Tribunal Superior Eleitoral”, também se destaca, haja visto decisões dessa corte que consideram conteúdos sobre o *kit gay* como falsos e buscaram suspender seu compartilhamento.

3.3 Os conteúdos falsos sobre a Vaza Jato

O *corpus* analisado é composto por dez imagens coletadas nas checagens desenvolvidas por Aos Fatos e pela Lupa, assim como cinco postagens recuperadas por meio do Monitor de WhatsApp. Em função da distinta natureza desses conteúdos, a apresentação dos seus resultados também será diferenciada. Ressalta-se, contudo, que a análise de etiquetas e entidades por meio de visão computacional computou todas as imagens conjuntamente.

Conteúdos falsos checados pelas agências: nove das 10 imagens analisadas apresenta fonte para sua comprovação. No caso de mensagens que afirmam que determinada pessoa disse algo, tal proposição é acompanhada por uma foto daquele político ou jornalista. A apresentação de uma foto do suposto declarante, contudo, não é fundamentação adequada. Um único conteúdo apresenta uma fonte e, mesmo assim, se passa por ela: é um falso *tweet* do Telegram que indicaria manipulação nas mensagens vazadas.

Dentre os dez conteúdos, apenas um é composto só por imagem, quatro por apenas texto e cinco, por texto e imagem. Sete são acompanhados por uma legenda explicativa, que garante uma “contextualização” ao conteúdo falso. Dentre os dez conteúdos, somente um indica um *link* e nenhum está grafado somente em caixa alta. Há três argumentos defendidos: Moro tem interesses políticos e isso envolveu um complô com Dallagnol; conteúdos da Vaza Jato

foram manipulados ou obtidos ilegalmente, não servindo como prova; e Gleen Greenwald é criminoso e usou politicamente o *The Intercept Brasil* por interesses políticos. Dentre os equívocos no uso das fontes está:

- **Atribuição equivocada de autoria:** “Se eu falar a verdade vou ter que prender todos e fechar o congresso (sic)” é uma afirmação atribuída a Sergio Moro nos conteúdos falsos analisados. Ainda, supostas declarações do ex-juíz e de Deltan Dallagnol, procurador da Lava Jato, que teriam sido reveladas nas mensagens vazadas – mas que delas não faziam parte. Além disso, há um falso comunicado do Telegram apontando que as mensagens coletadas na Vaza Jato teriam sido manipuladas. Ainda, suposta fala do senador Fabiano Contarato (Rede – ES) indicando que as provas apresentadas pelo *The Intercept Brasil* não teriam validade processual.

- **Documentos manipulados:** no caso dos conteúdos falsos sobre a Vaza Jato, há um falso *tweet* que teria sido publicado por Jean Wyllys; além de uma imagem que simula cartela apresentada em um telejornal que relataria conversa entre Moro e Dallagnol.

- **Conspiracionismo:** nas mensagens falsas sobre a Vaza Jato, há um *tweet* que denuncia a suposta detenção de Gleen Greenwald. Neste caso, indica-se que o jornalista possuía *habeas corpus* preventivos e três advogados, sendo um deles também defensor de Lula.

- **Call to action:** é mais uma estratégia argumentativa que o uso equivocado de uma fonte. Uma das postagens apresenta uma fotografia de Gleen Greenwald em preto e branco e o indica como “Inimigo do Brasil. Gravíssimo. Gleen usa Intercept pra tentar emplacar narrativa pró Lula usando arquivos coletados ilegalmente”. Observe-se que tal conteúdo não apresenta referências – a legenda que o acompanha faz referência à detenção do jornalista e seu “par sexual (sic)” em aeroporto do Reino Unido – mas apenas o acusa.

Conteúdos falsos no WhatsApp: cinco imagens foram analisadas, sendo que três delas apresentam fontes – em todas elas, fora de contexto. Há um *tweet* de Gleen Greenwald usada para indicar que o vazamento de mensagens buscava atacar Bolsonaro; a foto do jornalista com alguém que, supostamente, é neonazista; e uma foto do ministro Dias Tóffoli com o Antônio Carlos de Almeida Castro, conhecido por Kakay. As outras duas imagens não indicam fontes.

Dentre os cinco conteúdos, um possui apenas texto e quatro, texto e imagem. Não foi possível identificar se os conteúdos têm legenda, considerando que o Monitor de WhatsApp retira as imagens de seu contexto de circulação. As mensagens falsas defendem dois três

argumentos: o *The Intercept Brasil* é um órgão de propaganda do PT; Gleen Greenwald é criminoso e se relaciona com outros criminosos; e o STF é corrupto.

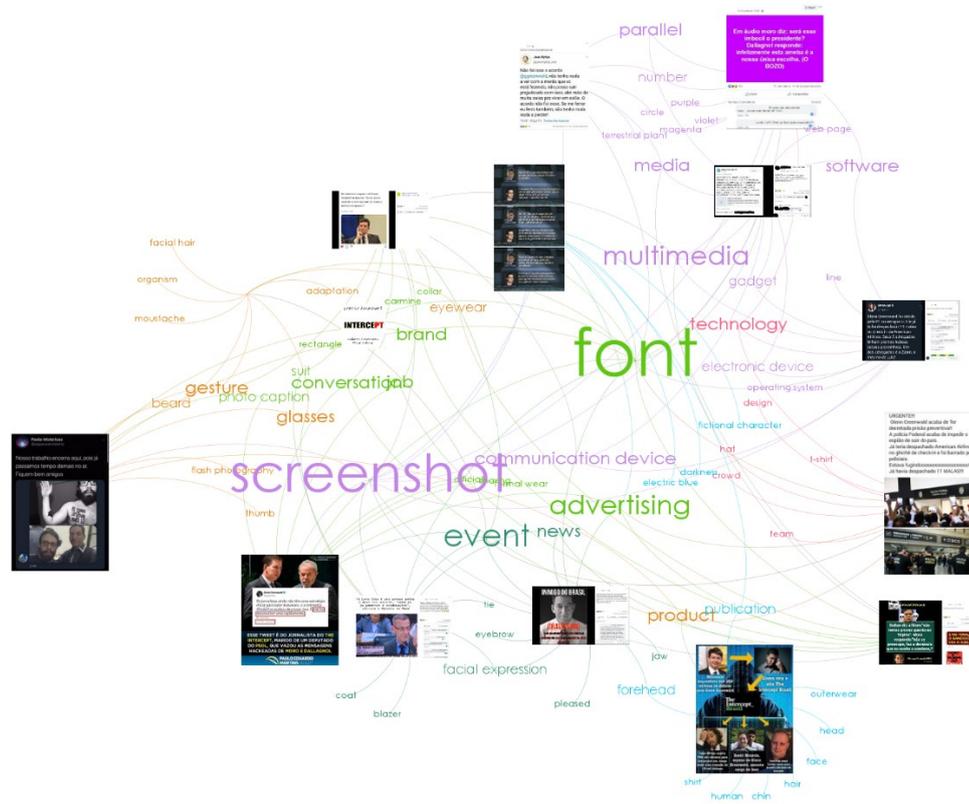
São destacadas, a seguir, estratégias de uso de fonte presentes nos conteúdos analisados:

- **Conspiracionismo:** dentre os conteúdos falsos sobre a Vaza Jato distribuídos no WhatsApp, dois não indicam nenhuma fonte. São imagens que ligam o *The Intercept Brasil* ao PT, seja pela grafia da palavra Intercept ou porque repercutiam as acusações do Pavão Misterioso, sem indicar provas.

- **Falso contexto:** três dos cinco conteúdos falsos sobre a Vaza Jato se fundamentam em documentos fora do contexto. Dentre eles, um *tweet* de Gleen Greenwald de 2018 (a Vaza Jato aconteceu em 2019), para argumentar que o jornalista buscava uma forma de atacar Bolsonaro. Além disso, uma foto de um ministro do STF com um advogado, que bebia cerveja – o que indicaria que estariam se congoçando. Há, ainda, uma sequência de fotos que mostra Gleen Greenwald com um homem que teria a suástica tatuada.

3.3.1 Etiquetas e entidades em conteúdos sobre a Vaza Jato

As etiquetas identificadas pelo *Google Vision* são apresentadas na Imagem 19. Destaque-se, mais uma vez, que as etiquetas ressaltam o tipo do conteúdo (“*screenshot*”, “*publication*”, “*news*”, “*photocaption*”, “*web page*” etc.), seu formato (“*circle*”, “*rectangle*”) e o conteúdo em si (“*glasses*”, “*eletronic device*”, “*gadget*”, “*forehead*”, “*facial expression*”, “*eyebrow*”, “*gesture*”, “*facial hair*”, “*moustache*”, dentre outros). São apresentadas na Imagem 19 e organizadas por cor: elementos da mesma tonalidade possuem a mesma modularidade. Observe-se que os elementos ressaltados pela visão computacional apontam uma análise das imagens que não considera os contextos ou relações semânticas entre os elementos. É uma mera descrição do conteúdo – que pode servir para identificar, por exemplo, *labels* comuns a uma quantidade significativa de conteúdos falsos –, sem contemplar a análise dessas postagens em seu contexto de circulação e distribuição.

Imagem 19 - Rede de etiquetas identificadas pelo Google Vision nos conteúdos falsos sobre a Vaza Jato

Fonte: dados da pesquisa, 2023.

A rede de entidades em conteúdos sobre a Vaza Jato é apresentada na Imagem 20. Uma das entidades indicadas pelo *Google Vision* é Agenor Dallagnol. Trata-se do pai de Deltan Dallagnol, procurador que coordenou a Lava Jato que também é citado como uma entidade da *web*. O nome de Agenor é listado em verbete da Wikipédia sobre o filho e em diversos textos jornalísticos em que estão, sob escrutínio, a atuação de Agenor e de seu filho Deltan no Ministério Público. Também está entre as entidades o ex-juiz Sérgio Moro, o *The Intercept Brasil*, o então deputado federal Paulo Eduardo Martins e, claro, a Polícia Federal. Ressalta-se, novamente, que as entidades são coletadas considerando o contexto em que tais imagens foram publicadas, os conteúdos que a elas são relacionados numa página da *web*, por exemplo.

Imagem 20 - Entidades da web relacionadas aos conteúdos falsos da Vaza Jato



Fonte: dados da pesquisa, 2023.

3.4 Os conteúdos falsos sobre a Covid-19

A partir dos critérios de seleção e procedimentos metodológicos indicados na seção 3.1, foram analisados 254 conteúdos falsos distintos verificados por checadores das agências Aos Fatos e Lupa. Ademais, também se considerou 100 publicações únicas sobre a Covid-19 disseminadas em grupos políticos do WhatsApp. Levando em conta a distinta origem de tais conteúdos e para garantir a melhor descrição dos resultados, esses são apresentados agrupados por tipo de conteúdo.

A análise dos conteúdos falsos sobre a Covid-19 revela a importância das cascatas de informação. Há uma ativação em cascata dos conteúdos, tais narrativas

Conteúdos falsos checados pelas agências (A1): dentre os 254 conteúdos analisados, quatro (4, ou 1,57%) são compostos somente por imagens, 130 apenas por textos (51,18%) e 120 (47,24%), por texto e imagem. Deles, 251 são acompanhados por legenda explicativa e

apenas dois são redigidos em caixa alta. Predominam textos com teor denunciante, mas há publicações que fazem uso do humor e do sarcasmo, assim como aqueles se passam por textos informativos.

Conteúdos falsos sobre a Covid-19 compostos apenas por imagens (4) são oriundos de postagem em *blog* (1, ou 25%) e do Facebook (3, ou 75%). Ao se analisar os mensagens que são compostos apenas por texto (130), observa-se que quatro (4, ou 3,08%) foram encontradas no Instagram, 13 (10%) eram oriundas do WhatsApp, 14 (10,77%) são postagens em *blogs*, 16 (12,31%) do Twitter e 83 (63,85%) são postagens no Facebook. Por fim, quando se considera conteúdos compostos por texto e imagem (120), três (3, ou 2,5%) são oriundos do Twitter, quatro (4, ou 3,33%) são postagens em *blogs* e 113 (94,17%) foram publicados no Facebook.

Considerando todos os formatos de conteúdos falsos (apenas texto; apenas imagem; e texto e imagem, compondo 254 postagens), quatro (4, ou 1,57%) são do Instagram, 13 (5,12%) são oriundas do WhatsApp, 19 (7,48%) foram publicadas no Twitter, outras 19 (7,48%) foram publicadas em *blogs* e 199 (78,35%) têm sua origem no Facebook. Tais dados deixam explícita a relação entre o 3PFC da Meta e as checagens desenvolvidas pelas agências. A maior parcela de conteúdos checados é oriunda do Facebook, mas isso não está relacionado ao formato de tais postagens. Tampouco parece refletir a materialidade de tais plataformas.

A checagem de conteúdos falsos oriundos do WhatsApp é, certamente, mais complicada do que a verificação de mensagens que circulam em redes não criptografadas – tal argumento explicaria a reduzida participação de publicações daquele mensageiro no *corpus*. No entanto, tal proposição não explica a quantidade reduzida de postagens oriundas do Instagram (rede social em que o 3PFC da Meta chegou posteriormente) ou do Twitter (rede conhecida por sua abertura para extração de dados, ao menos antes da direção de Musk). Como não é possível perceber um padrão de conteúdos específico que justificaria o maior número de conteúdos relacionados ao Facebook, parece que se vislumbra um viés oriundo do 3PFC – algo indicado nas limitações da pesquisa, na seção 3.1.3.

São descritos, a seguir, os tipos de uso de fontes que “sustentam” os conteúdos falsos:

- **Atribuição equivocada de autoria:** é a indicação falsa de que uma proposição ou ação específica foi feita por determinado ator. Nos conteúdos falsos analisados, essa estratégia aparece muito frequentemente, com fins diversos. Predomina o uso político de tais atribuições,

Em função de decretos estaduais que determinaram o fechamento do comércio no mês de março de 2020, foram compartilhadas supostas notas institucionais que comunicavam o encerramento das atividades de determinada empresa. Falsos comunicados da Petrobras, da

Renner e da Uber indicavam dificuldades econômicas e o fechamento de tais negócios. Pouco depois, conteúdos que buscavam roubar dados dos usuários indicavam que empresas teriam se compadecido dos brasileiros em pleno isolamento social e estavam oferecendo produtos gratuitamente. A Ambev estaria oferecendo álcool gel – de fato o grupo produziu o sanitizante, mas apenas para hospitais –; o Atacadão, cestas básicas; a Cacau Show estaria distribuindo chocolates; a Netflix estaria dando acesso gratuito. O leitor precisava se cadastrar – ocasião em que seus dados eram roubados.

Golpes semelhantes indicavam o cadastro para auxílios supostamente oferecidos pelo Governo Federal. Mensagens que circularam no WhatsApp continham *links* que encaminhavam para falsos cadastros. O que há em comum em todas essas postagens é a utilização das marcas dessas empresas e, também, do governo, para dar aparência de veracidade a esses comunicados. As mensagens que buscavam roubar dados dos usuários circularam especialmente no WhatsApp.

Ainda no contexto do isolamento social, circularam mensagens de apoio às ações do Governo Federal, crítica à oposição e defesa das manifestações bolsonaristas. O Banco Mundial teria considerado o Brasil como modelo de manejo da pandemia. O ministro do STF, Luiz Roberto Barroso, teria defendido as manifestações bolsonaristas em plena pandemia, assim como haveria tecido elogios ao ex-presidente. Rodrigo Maia, inimigo declarado desse grupo, teria sido responsável pela Lei da Migração, o que impediria o fechamento das fronteiras. O ex-presidente da Câmara também teria priorizado o fundo eleitoral, dizendo ser mais importante que a vida dos brasileiros. Todas essas afirmações são falsas.

Na política, foram apresentadas declarações irracionais supostamente atribuídas à ex-presidente Dilma, uma convocação de Gleisi Hoffman aos militantes do PT, indicando que esses não deveriam se cadastrar no Auxílio Emergencial. O presidente da China, por sua vez, teria dito que a pandemia era a ocasião para que o país liderasse o mundo. A Alemanha, por sua vez, estaria processando o país e exigindo reparação pelos danos causados pela Covid-19.

Uma diversidade de atribuições de autoria falsas relaciona-se à doença e seu manejo. O *The Washington Post* teria indicado quem foi o primeiro infectado com o Sars-CoV-2; Marcelo Bretas teria defendido publicamente a cloroquina em seu perfil no Twitter; o Departamento de Saúde do Canadá teria publicado boletim orientando o uso de receitas caseiras; e o governador de Nova Iorque teria apresentado estudo que comprovaria a ineficácia do isolamento social. Ainda, indicou-se que Gustavo Lima e Luciano Hang teriam doado respiradores – quando isso não havia acontecido e foi negado pelas assessorias de ambos. Circularam diversos comunicados falsos com a marca do Governo Federal, ora indicando o afrouxamento ou

maiores restrições, ora apontando auditoria de dados. Nesse sentido, circularam *cards* indicando que os ministros da saúde que sucederam Mandetta estariam auditando o número de mortes. Pazuello teria dito, inclusive, que um atestado de óbito só podia indicar a Covid-19 como *causa mortis* com a apresentação de contraprova.

- ***Astroturfing***: o nome se origina de uma marca de grama sintética (AstroTurf) usada como metonímia. É a estratégia de apresentar uma mensagem específica – política, religiosa etc. – escondendo seu autor. Para tanto, são criados *sites* falsos, verbetes na Wikipédia, novos perfis, são usados *bots* para fazer parecer que um tópico circula organicamente. Calvo e Arugete (2020) indicam que pesquisas anteriores apontam o uso de tal estratégia pelo governo chinês e, também, na ascensão de Bolsonaro. Nesse caso, destacam portais como *O Antagonista*, a *Gazeta do Povo*, *República de Curitiba* e *Conexão Política* como espaços em que circularam vídeos do MBL e que se renderam à pauta bolsonarista. Relatam os autores que o banimento de contas do Twitter e do WhatsApp na campanha eleitoral de 2018 teve impacto na estratégia eleitoral do ex-presidente.

O *astroturfing*, portanto, é a estratégia de mascarar o autor de um conteúdo fazendo parecer que tal tema já está presente no debate público – é criar um público fantasma para determinada proposição. Guarda semelhanças com o *balão de ensaio*: ambas são ações para introduzir determinados temas à opinião pública. No entanto, esse é uma estratégia de sondagem, enquanto o *astroturfing* busca simular a existência de uma opinião pública. Tal prática é adotada diversas vezes ao longo da pandemia.

Em postagens fraudulentas, por exemplo, são apresentados comentários que provariam que não se trataria de um golpe. A Imagem 21 apresenta um exemplo: comentários gerados em um simulador, que nem são parecidos com a interface atual do Facebook. A análise também aponta uma relação entre o *astroturfing* e a ativação em cascata (CALVO; ARUGETE, 2020): a narrativa que denunciava o enterro de caixões vazios não se deveu a uma única postagem, mas uma série de publicações de diversos perfis, em dias e “localidades” distintas, que teriam percebido tal golpe.

Imagem 21 - Comentários falsos sobre cadastro no Auxílio Emergencial



Fonte: dados da pesquisa, 2023.

- **Anonimização da fonte:** tal estratégia, percebida em Lemos e Oliveira (2021, p. 79), é caracterizada pela “apresentação de fontes que não necessariamente existam e a indicação de fontes pelo cargo, mas sem indicação de seu nome ou local de trabalho”. É muito comum em postagens que ensinam estratégias de prevenção ou tratamento da Covid-19. Nelas, são indicadas orientações de “Laila Ahmadi da China estudante da Faculdade de Ciências Médicas da Universidade de Zanja”; de “Médico que se transferiu de Shezen para Wuhan para estudar profundamente o coronavírus”; escritas “por um médico”; da “Medicina Chinesa”; além de “conselhos excelentes sérios por médicos japoneses”. Ainda são apresentadas “recentes descobertas sobre o bicho chinês”. Dentre os conteúdos há, também, a denúncia que um empresário teria se matado após demitir 223 funcionários em função da crise econômica.

Todos esses conteúdos não indicam suas fontes de modo que seja possível verificar se, de fato, tais afirmações foram feitas. Proposições do senso comum são envelopadas para que pareçam orientações médicas, com respaldo em evidências. Observa-se relação muito próxima entre conteúdos que tornam suas fontes anônimas e aqueles que se fundamentam na empiria. Tais mensagens apresentam protocolos e orientações de quem “está na linha de frente”.

Nesse sentido, cabe retomar as considerações de Cesarino (2022, p. 249), que relata a inversão da pirâmide evidências científicas proposta pela *alt-science* da pandemia. “Alegavam que os médicos comuns, às margens do *mainstream* porém à beira do leito dos pacientes, teriam uma perspectiva mais verdadeira sobre a doença”. Há, ainda, um processo inverso, marcado pelo surgimento de protocolos diversos denominados pelo seu lugar de origem ou pelo nome de seu criador (CESARINO, 2022), o que parece um processo para destacar a fonte, revelá-la. Um olhar atento, contudo, revela a dificuldade de verificar se a origem de tais procedimentos é

de fato aquela que seu nome apresenta: o nome “Protocolo de Porto Feliz” não permite identificar a sua autoria.

- **Call to action:** é uma estratégia argumentativa que busca convocar a uma atividade específica, geralmente fundamentada em dados distorcidos ou fora de contexto, relacionada ao conspiracionismo. Também envolve o ataque a reputações de personalidades supostamente “hipócritas” ou contrárias ao bolsonarismo. Observa-se uma série de conteúdos que convocam para as manifestações pró-Bolsonaro, criticando a oposição que as considerava uma “aglomeração”. Neste sentido, diversas postagens denunciavam que outras multidões eram toleradas em transportes públicos, bailes *funk*, nas praias e em outros espaços.

Diversas personalidades favoráveis às medidas não farmacológicas de combate à Covid-19 foram alvo de ataques coordenados. Conteúdos indicaram que Preta Gil teria puxado um trio no Carnaval de Salvador já contaminada com a Covid-19; que Maju Coutinho estava se exercitando na orla do Rio de Janeiro e desrespeitando a quarentena; que uma grande festa foi organizada para comemorar o fim do *Big Brother Brasil*, capitaneada por Tiago Leifert; ou que Renata Vasconcelos teria comemorado aniversário nos estúdios do *Jornal Nacional*. Outros casos não faltam: Camila Pitanga é acusada de ter falsificado seu diagnóstico para poder tomar cloroquina; políticos são convocados a defender o remédio; dentre outros ataques.

- **Conspiracionismo:** como lembra Cesarino (2022), o conspiracionismo e a conspíritualidade marcaram a pandemia de Covid-19. Na seção 2.2, discutiu-se o que configura conteúdos conspiracionistas. Pouco antes do Sars-CoV-2 chegar ao Brasil, já circulavam mensagens que apresentavam a suposta patente do vírus e comprovariam que este foi criado em laboratório (Imagem 22). Pouco depois, postagens apontam a descoberta de uma proteína do vírus da imunodeficiência humana (HIV) no causador da Covid-19. Circularam, ainda, postagens que apontavam que filmes, videntes e escritores haviam previsto a pandemia.

Com o isolamento social, surgiram denúncias de supostos saques a mercados; ou da violência policial contra quem descumpria tal medida. Pouco depois, postagens que denunciavam incêndios causados por álcool gel esquecido dentro de carros. O aumento do número de óbitos foi acompanhado de narrativas que indicavam que esse era inflacionado; que hospitais e municípios recebiam 19 mil reais por morte confirmada; que o somatório era menor do que o número de vítimas do H1N1. Pouco depois, dizia-se que a prefeitura de São Paulo havia comprado 20 mil caixões; que féretros estavam vazios; que pessoas estariam sendo enterradas vivas. Ações do Governo Federal, ora sob tutela da Polícia Federal, ora sob comando de Nelson Teich, de Sérgio Moro ou Pazuello, denunciavam que os dados de mortes por Covid-19 eram inverídicos.

Imagem 22 - Post apresenta suposta patente do Sars-CoV-2

AQUELE MOMENTO EM QUE VOCÊ SE DÁ CONTA

JUSTIA Patents

Patent History
 Patent number: 10130701 Date of Patent: Nov 20, 2018
 Type: Grant Patent Publication Number: 20170216427
 Filed: Jul 23, 2015 Assignee: THE PIRBRIGHT INSTITUTE (Woking, Pirbright)
 Inventors: Erica Bickerton (Woking), Sarah Keep (Woking), Paul Britton (Woking)
 Primary Examiner: Bao Q Li
 Application Number: 15/328,179

Classifications
 Current U.S. Class: Coronaviridae (e.g., Neonatal Calf Diarrhea Virus, Feline Infectious Peritonitis Virus, Canine Coronavirus, Etc.) (424/221.1)
 International Classification: A61K 39/215 (20060101); C12N 7/00 (20060101); C12N 9/12 (20060101); A61K 39/00 (20060101);

QUE UM CORONA VÍRUS "ATENUADO" HÁ MUITO TEMPO FOI PATENTEADO

- 20 h

Problema-Reação-Solução. A regra de três há muito tempo utilizada pelo Sistema Ocultista. Eles criam epidemias, causam transtornos fisiológicos, mortes e histeria e subsequentemente apresentam suas vacinas para "solucionar" a questão.

Patente do Coronavírus "atenuado":
<https://patents.justia.com/patent/10130701>

230 43 comentários
 312 compartilhamentos

Curtir Comentar Compartilhar

Mais relevantes

Toda vez que o sistema fala sobre vírus e epidemias me lembro dessa famosa regra de três ocultista. O povo em pânico e as filas de vacinação nos postos de saúde sempre cheias em breve. A tática se repete e toda vez tem êxito

Curtir Responder - 21 h

1 resposta

O vírus era desconhecido agora já tem até vacina.

Curtir Responder - 21 h

Autor Na verdade esse vírus é conhecido desde a década de 60.

Curtir Responder - 14 h

Estão visando o lucro da indústria farmacêutica ganhando milhões

Fonte: dados da pesquisa, 2023.

Muitos conteúdos apontavam que máscaras importadas da China estariam contaminadas com o Sars-CoV-2; que a vacina produzida pela Sinovac continha nanorobôs que alterariam o DNA e promoveriam controle mental; que uma vacina sem furo faria o mesmo, mas por meio da tecnologia 5G. Um pesquisador da *Harvard University*, que estaria próximo à cura da Covid-19, teria sido assassinado. Por sua vez, os documentos científicos que negavam a eficácia da cloroquina teriam sido falsificados: o protocolo adotado em pesquisa realizada em Manaus (AM), denominado de “Protocolo Mandetta” nos conteúdos falsos, seria propositalmente letal. A imprensa, por sua vez, não divulgaria tais dados para não perder a audiência.

- **Documentos manipulados:** a manipulação ou falsificação de documentos também está presente nos conteúdos analisados. No começo da pandemia, um tuíte falso atribuído a Allan dos Santos dizia que o dono do *Terça Livre* assumiria temporariamente a Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República (Secom, ainda na Secretaria-Geral da Presidência da República – SG-PR). Na época, o então chefe do órgão, Fábio Wajngarten, se recuperava da Covid-19. Pululam postagens com dados falsos sobre o

desempenho econômico chinês durante a pandemia; ou que comparam dados sobre o gasto de recursos do SUS com respiradores; ou dados sobre o número de óbitos em estados com e sem isolamento social.

Cabe apontar o papel da Secom e seu “Placar da Vida”. O relatório da CPI da Covid-19 (BRASIL. Senado Federal, 2021a) detalha a ação do órgão na disseminação de conteúdos falsos sobre a pandemia. O “Placar da Vida” foi uma estratégia de comunicação de dados sobre a Covid-19 que só indicava indicadores positivos para o governo, como o número de recuperados. Trata-se de uma distorção para ocultar os altos números de infecções e mortes no país. Dentre os conteúdos falsos analisados, há aqueles em que se comemora a “taxa de sobrevivência” brasileira.

- **Erro da fonte:** como definem Lemos e Oliveira (2021, p. 79), se dá quando “a fonte divulga informação falsa / equivocada, sendo por erro ou porque é o autor de tais declarações”. Ressalta-se, portanto, que não está excluído o eventual dolo: é possível que a fonte tenha espalhado informações falsas propositalmente. Destacam-se discursos religiosos de Edir Macedo e Silas Malafaia, convocando que se desrespeite o isolamento social e apresentando a Covid-19 como obra do diabo para arrefecer os cristãos. Ainda pode-se citar postagens da Secom que informavam que a hidroxicloroquina era o tratamento mais eficaz contra a Covid. O ex-chefe do órgão, Fábio Wajngarten, negou, em oitiva na CPI da Covid-19, que a Secom tivesse feito tais postagens (BRASIL. Senado Federal, 2021a).

- **Falso contexto:** é o uso de um conteúdo fora de contexto. No início da pandemia, diversos vídeos apresentavam um mercado úmido (*wet market*) e diziam que ali teria surgido a Covid-19, sem, contudo, apresentar provas. Naquele contexto, também circulavam afirmações que diziam que encomendas oriundas da China poderiam estar contaminadas, em uma compreensão equivocada de estudos que apontavam a resistência do vírus. No mesmo contexto, uma projeção meteorológica era apresentada como imagem de satélite que comprovaria a cremação em massa de corpos em Wuhan. Circulam ainda conteúdos que apontavam que já existia vacina canina para o coronavírus, ou que o Sars-CoV-2 era uma arma biológica, já patenteada.

No mês de fevereiro, circula postagem que afirma que um paciente de um hospital em São Luiz estaria internado com a Covid-19 – na verdade, estava infectado com o coronavírus OC43 e a parainfluenza 3. Em março, já circulam os primeiros conteúdos que diziam que Cuba já tinha vacina ou que Israel também já havia desenvolvido imunizante. Começam a serem disseminados conteúdos que indicavam que o número de mortes era inflacionado; dados descontextualizados sobre o crescimento econômico da China; uso de vídeos antigos de Drauzio

Varella para combater o isolamento ou o uso de máscaras; dentre outros conteúdos relacionados.

- **Fraude:** diversos conteúdos analisados são, na verdade, tentativas de *phishing* – estratégia de roubo de dados pessoais. Simulavam cadastros para benefícios sociais ou, então, promoções.

- **Receitas, conselhos e empiria:** são postagens que apresentam relatos de experiência, dicas de saúde ou orientações para a prevenção da Covid-19. São indicadas panaceias, materializadas como chás, gargarejos, vitamina D, o próprio *kit covid*, dentre outros. Vale considerar que tal *kit* se torna um ator importante na pandemia: como lembra Cesarino (2022), o *kit covid* é uma unidade no bolsonarismo porque permite a redução de restrições como isolamento, oferece uma solução mágica para a doença e ainda seria de rápida distribuição. Sua composição não é fixa, existindo diversos protocolos, que seriam definidos pela experiência de médicos à beira dos leitos hospitalares.

Ora, há, portanto, uma relação de fé [REL] envolvida nesta estratégia de desinformação. Ela é complementada pela apresentação de “provas”: testemunhos de cura pela cloroquina do então comandante do Gabinete de Segurança Institucional (GSI), o general Heleno, do próprio presidente Bolsonaro – que, inclusive, ofereceu hidroxicloroquina até para as emas do Alvorada. Também há relatos milagrosos da cura de Rita Wilson e Tom Hanks – que, posteriormente, apontaram os efeitos colaterais do medicamento – da eficiência do Protocolo Unimed, do Protocolo Porto Feliz etc. Houve, ainda, um *call to action* para que os governadores Eduardo Leite e João Dória assumissem que tinham se tratado com a cloroquina.

Outros tipos de “prova” são convocados: em vídeos supostamente gravados em unidades hospitalares para o atendimento da Covid-19, indicava-se que não havia pacientes – nesse contexto, deputados ligados ao MBL invadiram hospitais de campanha para realizar “vistorias”. Também merece menção vídeo em que um piloto de testes e apresentador do *Autoesporte* (TV Globo), César Urnhani, afirmava que o uso de álcool gel poderia influenciar o teste do bafômetro. Observa-se que a notoriedade da fonte também deve ser considerada: é mais fácil compartilhar aquilo que alguém em que confiamos diz, como explica o capítulo 6.

Conteúdos falsos no WhatsApp (W1): uma das estratégias para reduzir o impacto do viés de seleção das agências – que é reflexo do 3PFC, como apontam Lemos e Oliveira (2021) – foi a coleta de postagens desinformativas sobre a Covid-19 que circularam no WhatsApp em 2020. A análise aqui apresentada considera 100 publicações, cujo critério de seleção é descrito

na seção 3.1. Dessas, 60 (60%) são compostas por texto e imagem, enquanto 40 (40%) por apenas texto. A significativa circulação de *cards* no WhatsApp é relevada por esses resultados.

Uma diversidade de conteúdos circula no mensageiro, incluindo capturas de tela de postagens feitas em outras redes sociais. Das 100 publicações, 1% é a captura do *chat* em um grupo bolsonarista no Telegram; 3% são do Instagram; 4% são capturas de tela de uma postagem em *blogs*; 12% são conteúdos do Twitter; 17% parecem originar-se no WhatsApp; e 63% são oriundas do Facebook. Dos 100 conteúdos, 78% não são acompanhados por legenda, presente em apenas 22% das publicações. Apenas 8% das mensagens indicam *links*. Vale pontuar, contudo, que o método de coleta pode interferir nesses resultados, como aponta a seção 3.1.3.

A descrição de tais conteúdos parece reforçar a existência de uma *pipeline* entre WhatsApp e outras plataformas, como o YouTube, por exemplo (MACHADO *et al.*, 2020). O mensageiro parece ser utilizado para ampliar a distribuição de conteúdos disponibilizados em outras redes sociais. Para tanto, há a preferência por *cards* ou capturas de tela que, como imagens, podem ser baixadas pelo usuário dentro da gratuidade de acesso ao *app* garantida pelas operadoras. O capítulo 6 retoma esse debate.

Dentre as estratégias percebidas nos conteúdos para simular facticidade:

- **Anonimização da fonte:** são postagens que defendem uma proposição em função da autoridade de uma fonte que não é apresentada. É o caso de imagem que indica que 6 mil cientistas apontam a eficácia do “isolamento vertical”, mas não se detalha quem são tais pesquisadores ou em que periódico publicaram tais dados.

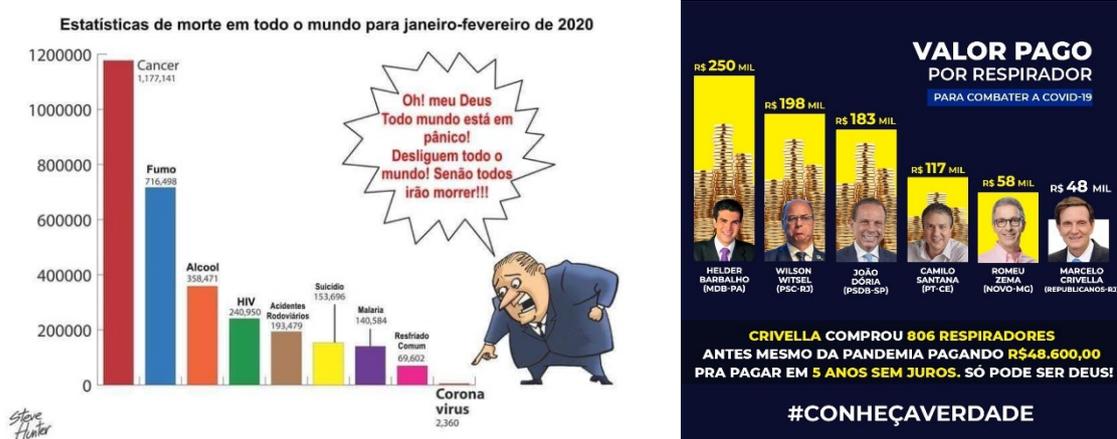
- **Call to action:** é o caso de publicações que convocavam para manifestações bolsonaristas, mesmo diante do isolamento. Tais conteúdos comparavam tais protestos com o Carnaval, a lotação do transporte público e outros eventos culturais. Convida-se, ainda, a manifestações contra a obrigatoriedade da vacina, pela distribuição de cloroquina; ao uso de máscaras com o nome “Bolsonaro” estampado, dentre outras proposições.

Há um tipo de *call to action* específico, que promove o ataque a reputações e convoca ações contra o pária escolhido. São criticados a Organização Mundial da Saúde (OMS), os governadores que decretaram isolamento; os políticos que defendiam a vacinação obrigatória; a imprensa; o ex-ministro da Saúde, Henrique Mandetta; e o STF, dentre outros. Embora esses ataques sejam fundamentados por diversos argumentos, uma denúncia é comum: tais atores colocaram-se contra a estratégia do governo Bolsonaro para o combate à Covid-19. Por isso, mereceriam o escracho público.

- **Conspiracionismo:** sem apresentar nenhuma prova ou evidências parcas, teorias da conspiração pululam nos conteúdos sobre Covid-19 que circularam no WhatsApp. Há imagens que apontam que o vírus é chinês e, portanto, seria uma arma biológica; outras indicam um complô contra Bolsonaro; ou que governadores teriam proibido a cloroquina em função da defesa do ex-presidente ao remédio. Ainda, acusações sobre a segurança das vacinas; sobre o “apagamento” da cloroquina; caixões sendo enterrados vazios e número de casos inflacionado artificialmente. Outras postagens argumentam que o diagnóstico de malária da atriz Camilla Pitanga era falso, apenas para justificar o uso de cloroquina; assim como defendem a existência de nanorobôs nas vacinas, que objetivam alterar o DNA humano. O conspiracionismo chega ao ponto de ressaltar que as paredes de um posto móvel de testes de Covid-19 teriam um desenho de “Anúbis, deus egípcio da morte”.

- **Documentos manipulados:** a falsificação de dados e/ou documentos é uma das estratégias para fundamentação dos conteúdos analisados. É o caso de postagens, por exemplo, que indicam que mais de 30 mil lojas fecharam no Rio de Janeiro em função do isolamento, mas não apresentam fontes. Aponta-se, ainda, que o Sars-CoV-2 não é resistente ao calor, mas também sem fundamentação. Ademais, são feitas comparações entre a Covid-19 e outras doenças, ou entre gastos no combate à pandemia, também sem lastro.

Imagem 23 - Cards apresentam dados manipulados sobre a Covid-19



Fonte: dados da pesquisa, 2023.

- **Falso contexto:** o uso de dados verdadeiros de modo equivocado também produz *fake news* (FERRARI, 2018). Dentre as imagens analisadas, observa-se tal estratégia, como retrata a Imagem 24. À esquerda, postagem indica o número de mortes por gripe e pneumonia em 2012; enquanto *card* indica possíveis efeitos adversos da vacina contra a Covid-19. Os

dados apresentados são verdadeiros, mas foram descontextualizados: o número de óbitos por influenza não podia ser comparado com aqueles da Covid-19 justamente porque o Sars-CoV-2, até aquele momento, só estava no Brasil há seis meses. Por sua vez, a publicação sobre anúncio da *Food and Drug Administration* traz dados corretos, mas fora de contexto, já que se tratava de protocolo para monitoramento de possíveis reações adversas – que ainda não haviam sido identificadas.

Imagem 24 - Dados tirados do contexto espalham desinformação sobre Covid-19

Mortes por gripe no Brasil, 2012

Ministério da Saúde
INFORMAÇÕES DE SAÚDE
AJUDA
NOTAS TÉCNICAS
DATASUS

MORTALIDADE - BRASIL

Óbitos por Doenças agudas Região
Grupo CID-10: Influenza (gripe) e pneumonia
Período: 2012

61.749 Óbitos

Região	Óbitos por Doenças
TOTAL	61.749
1 Região Norte	3.157
2 Região Nordeste	11.246
3 Região Sudeste	35.378
4 Região Sul	8.108
5 Região Centro-Oeste	3.860

Fonte: MS/SVS/CGIAE - Sistema de Informações sobre Mortalidade - SIM

Nota:

- Em 2011, houve uma mudança no conteúdo da Declaração de Óbito, com maior detalhamento das informações coletadas. Para este ano, foram utilizados simultaneamente os dois formulários. Para mais detalhes sobre as mudanças ocorridas e os seus efeitos, veja o documento "Sistema de Informações sobre Mortalidade - SIM - Consolidação da base de dados de 2011".
- No dia 13/06/2016, os arquivos do SIM referentes ao ano de notificação 2017 foram atualizados, com alteração das causas básicas de 2 registros e exclusão de 1 registro.

Fonte: Ministério da Saúde.
Link nos comentários.

FDA ANUNCIA POSSÍVEIS REAÇÕES ADVERSAS À VACINA COVID-19

- Síndrome de Guillain-Barré
- Encefalomielite disseminada aguda
- Mielite transversa
- Encefalite/mielite/encefalomielite/meningoencefalite/meningite/encefalopatia
- Convulsões/apreensões
- Derrame
- Narcolepsia e cataplexia
- Anafilaxia
- Infarto agudo do miocárdio
- Miocardite/pericardite
- Doença autoimune
- Mortes
- Resultados da gravidez e do parto
- Outras doenças desmielinizantes agudas
- Reações alérgicas não anafiláticas
- Trombocitopenia
- Coagulação intravascular disseminada
- Tromboembolismo venoso
- Artrite e artralgia / dor nas articulações
- Doença de Kawasaki
- Síndrome Inflamatória Multissistêmica em crianças
- Doença intensificada por vacina

FB/ANONYMOUSINCISION

FONTE: www.fda.gov/media/143557/download

Fonte: dados da pesquisa, 2023.

Outro exemplo é um *card* que comemora a publicação de lei que desobrigaria o uso de máscaras e abolia a cobrança de multas por quem descumprisse tal medida. De fato, o então presidente Bolsonaro vetou artigos do projeto de lei que obrigavam o uso de tal equipamento de proteção individual, mas tal veto foi revogado pelo Congresso Nacional. Observa-se, portanto, o uso de dados verdadeiros para corroborar argumentos que não o são.

- **Receitas, conselhos e empiria:** neste sentido, há a indicação de gargarejo com água morna – e outras variações –, já que o Sars-CoV-2 ficaria incubado na garganta. Além disso, mensagens defendendo o *kit covid*, apontando tratamentos de sucesso com o uso dessas medicações.

O Quadro 4 sintetiza as estratégias de desinformação identificadas nos conteúdos analisados nesta tese:

Quadro 4 - Estratégias de desinformação identificadas

Caso	Estratégia	Definição
Covid-19	<i>Anonimização da fonte</i>	“Apresentação de fontes que não necessariamente existam e a indicação de fontes pelo cargo, mas sem indicação de seu nome ou local de trabalho” (LEMOS; OLIVEIRA, 2021, p. 79).
<i>Kit gay</i> Vaza Jato	<i>Atribuição equivocada de autoria</i>	“Atribui-se uma fala ou documento a uma autoridade, personalidade ou pessoa de prestígio público. Isso empresta credibilidade ao conteúdo, ainda que seja apócrifo” (LEMOS; OLIVEIRA, 2021, p. 79).
Covid-19	Astroturfing	É a estratégia de mascarar o autor de um conteúdo fazendo parecer que tal tema já está presente no debate público – é criar um público fantasma para determinada proposição.
Vaza Jato Covid-19	Call to action	Envolve a criação de inimigos e a chamada para movimentos de ataque em prol de determinada causa. É conspiracionista.
<i>Kit gay</i> Vaza Jato Covid-19	<i>Conspiracionismo</i>	A fonte divulga evidência inequívoca que comprova uma grande conspiração e demanda a suspensão do raciocínio científico e o descarte de evidências contrárias à teoria conspiratória.
<i>Kit gay</i> Vaza Jato Covid-19	<i>Documentos manipulados</i>	Alterações – inserção e cortes – ou fabricação e falsificação de documentos – imagens, áudios e textos – para defender um ponto de vista.
Covid-19	<i>Erro da fonte</i>	“A fonte divulga informação falsa / equivocada, sendo por erro ou porque é o autor de tais declarações” (LEMOS; OLIVEIRA, 2021, p. 79). Não exclui dolo.
<i>Kit gay</i> Vaza Jato Covid-19	<i>Falsa conexão</i>	“O uso de um conteúdo fora de contexto, ou ocultando inscrições / referências desse conteúdo” (LEMOS; OLIVEIRA, 2021, p. 79).
Covid-19	<i>Fraude</i>	Tentativa de <i>phishing</i> dissimulada como cadastro em programas sociais ou promoções.
Covid-19	<i>Receitas, conselhos e empiria</i>	Postagens que apresentam relatos de experiência, dicas de saúde ou orientações gerais.

Fonte: elaborado pelo autor, 2023.

3.4.1 Etiquetas e entidades em conteúdos sobre a Covid-19

Para facilitar a apresentação dos resultados, os conteúdos falsos analisados são separados por categorias, a saber:

Tabela 4 - *Corpus* de conteúdos falsos analisados por meio de visão computacional

Nome da amostra	Conteúdos
Covid-19	-
<i>Conteúdos checados pelas agências (A1)</i>	254
<i>Conteúdos mais compartilhados do WhatsApp (W1)</i>	100
<i>Conteúdos coletados no WhatsApp (W2)</i>	770
Total	1.024*

* Não contabiliza a amostra W1, já considerada na amostra total (W2)

Fonte: elaborado pelo autor, 2023.

Conteúdos falsos checados pelas agências (A1): postagens verificadas por checadores têm sua rede de etiquetas (Imagem 25) e de entidades (Imagem 26) apresentada a seguir. As *labels* destacam, mais uma vez, elementos que compõem as imagens analisadas, seja seu formato (“*photograph*”, “*online advertising*”), descrições desse formato (“*rectangle*”) ou conteúdo (partes do corpo humano, por exemplo, “*head*”, “*eye*”, “*eyelash*”, “*beard*”, “*iris*”, “*nose*”, “*cheek*”, “*chin*”, “*elbow*”; vestimentas, como “*cap*”, “*hat*”, “*glasses*”, “*t-shirt*”, “*hood*”, “*formal wear*”, “*colar*”, “*suit*”; dentre outros).

Há elementos interessantes: a bandeira dos Estados Unidos (“*flag of the united states*”), equipamentos de proteção individual (EPI, na rede, “*personal protection equipment*”), equipamento médico (“*medical equipment*”), máscara de gás (“*gas mask*”) e ciência (“*science*”). Observa-se, por meio das etiquetas identificadas, uma diversidade de elementos, mas é difícil desenhar um panorama geral dos conteúdos falsos analisados pelas agências.

É interessante pontuar que o reconhecimento de um objeto pelo algoritmo depende de sua exposição prévia a tal elemento (AMOORE, 2020). No entanto, com a disponibilidade crescente de imagens digitais e dados nas nuvens, “o processo de aprendizagem muda do *reconhecimento por meio de regras de classificação* para o *reconhecimento pela inserção de grupos de dados*” (AMOORE, 2020, p. 70, tradução nossa³⁵ e grifo no original). Sistemas de aprendizagem de máquina identificam *o que* ou *quem* importa em um evento específico, definindo que elementos serão reconhecidos ou não. Neles, tanto o erro como o viés são arranjos necessários para o cálculo, sendo impossível conceber um algoritmo neutro ou sem vieses. “Ajustar o limite do que é “bom o suficiente” é decidir que tipos de reivindicações políticas podem ser feitas no mundo, quem ou o quê são considerados nesse horizonte, quem ou o que conta ética e politicamente”, explica Amooore (2020, p. 69, tradução nossa³⁶).

Sendo assim, a classificação proposta pelo *Google Vision* – as etiquetas e entidades – apontam para uma apreensão da imagem a partir de seus elementos constitutivos e o que se diz sobre ela. Os *outputs* da ferramenta (Apêndice A) indicam a probabilidade de um conteúdo ter

³⁵ “[...] the process of learning shifts from *recognition via classification rules* to *recognition via input data clusters*” (AMOORE, 2020, p. 70).

³⁶ “To adjust the threshold of what is “good enough” is to decide the register of what kinds of political claims can be made in the world, who or what can appear on the horizon, who or what can count ethically” (AMOORE, 2020, p. 69).

nudez, violência, representar cirurgias ou imagens médicas, ser uma paródia ou conteúdo pornográfico. Também indicam se há um rosto, suas emoções, dentre diversas outras requisições que podem ser feitas. Assim como aponta Amooore (2020), tornam visível camadas que o usuário solicita – no caso dessa pesquisa, o *Memespector GUI* faz requisições específicas que determinam o *output* do algoritmo, bem limitado quando comparado às diversas possibilidades oferecidas pelos dados.

Essa restrição das imagens a um único horizonte de probabilidades, contudo, pode gerar compreensões equivocadas. A presença de partes do corpo humano nas etiquetas identificadas pode sugerir, por exemplo, que conteúdos falsos geralmente são acompanhados pela fotografia de uma pessoa. Não se pode esquecer, na análise desses resultados, que o *output* algorítmico é um dentre diversas possibilidades e revela relações de poder (JURNO; DALBEN, 2018, BUCHER, 2018, AMOORE, 2020, CRAWFORD, 2021). Tendo isso em mente, vale considerar as entidades convocadas, registradas na Imagem 26.

Relembrando, as entidades indicam temas evocados pelas imagens. Para tanto, o sistema observa o contexto em que as imagens são compartilhadas e identifica textos e outros elementos a elas relacionados. Obviamente, a entidade com maior número de referências é “*coronavirus disease 2019*” e variantes (como “*2019 20 coronavirus pandemic*”, “*pandemic*”, “*coronavírus*”, “*sars*”, dentre outros). Também há menção ao vírus causador, o Sars-CoV-2 (“*severe acute respiratory syndrome coronavirus 2*”), a vacinas (“*covid-19 vaccine*”, “*coronavac*” e “*inovio covid-19 vaccine*”) e, claro, remédios (“*hydroxychloroquine*”; “*cloroquine*”; “*sulphamethoxazole*”; “*vitamin*”; “*azythromycin*”; “*hydrochlorothiazide*”, dentre outros) e soluções caseiras (“*folhas de boldo*”; “*boldo*”).

Ainda, diversas expressões relacionadas à medicina ou à evolução do quadro dos pacientes (“*infection*”; “*intensive care unit*”; “*respiratory failure*”; “*hipoxia*”; “*mouth-to-mouth resuscitation*”; “*surgical mask*”; “*death*”, “*coffin*”). Há também entidades internacionais, como “*World Health Organization*” (OMS) e seu diretor, Tedros Adhanom; e a “*Food and Drug Administration*” (FDA). Universidades e instituições de pesquisa, como “*Instituto Butantã*”, “*Universidade de São Paulo*” (USP), “*Harvard University*” e “*University of Pittsburg*”, dentre outras.

Diversas entidades fazem menção à política (“*member of the Chamber of Deputies in Brazil*”, “*Brazilian Social Democratic Party*” – PSDB –; “*Social Liberty Party*” (PSL), “*Presidency of Jair Bolsonaro*”; “*Supreme Federal Court*” – STF –; “*João Dória*”; “*governor of São Paulo*”; “*Luiz Henrique Mandetta*”; “*governor of Pará*”; “*governor of Bahia*”; “*governor of Rio Grande do Sul*”; “*governor of Rio de Janeiro*”; “*Fernando Henrique*

Cardoso”; “*Marcelo Bretas*”; “*Sérgio Moro*”; “*Joyce Hasselmann*”, dentre outros). Há também entidades relacionadas aos Executivos (“*Ministry of Health of Brazil*”; “*Military Police of Rio de Janeiro State*”; “*Military Police of Minas Gerais State*”; dentre outros). Ainda, são indicados diversos hospitais, como o da USP, o Hospital Regional Dr. Abelardo Santos (Belém – PA), o Hospital Estadual Leonardo da Vinci (Fortaleza – CE), dentre outros.

Agências de checagem aparecem entre as entidades (“*Aos Fatos*”, “*Coletivo Beréia*”, “*Lupa*”) – tais conteúdos falsos, afinal, foram coletados em checagens de algumas dessas redações. Por fim, ressaltam-se entidades relacionadas a conteúdos conspiratórios. Observa-se, por exemplo, a expressão “*Guinea pig*”, que além do porquinho-da-Índia, pode indicar que alguém é cobaia de algum experimento. Nessa esteira, aparece a *Bill & Melinda Gates Foundation* que, nos conteúdos analisados, sempre é acusada de testar vacinas em humanos.

As entidades ajudam a contar a história da pandemia. As querelas políticas são descritas nas imagens analisadas – o resultado da visão computacional ajuda inclusive a identificar critérios de seleção das agências de checagem, que priorizam conteúdos notórios e aqueles relacionados a pessoas públicas. Além dos atores políticos, chama a atenção o número de menções a hospitais: alguns se tornaram alvo de *fake news* em função de avanços científicos ali desenvolvidos; outros, porque estariam “vazios”. A consulta às entidades e, também, o monitoramento das redes por meio de algumas ferramentas parece permitir a identificação de campanhas de desinformação específicas, como argumenta o capítulo 6.

O médico Drauzio Varella é uma das entidades citada. Seu nome está envolvido em uma série de controvérsias ao longo da pandemia: seus vídeos foram utilizados fora do contexto para contestar o isolamento social e as máscaras. A cidade paulista de Porto Feliz, por sua vez, ficaria famosa pelas diversas menções do senador gaúcho Luiz Carlos Heinze (PP-RS) ao seu protocolo de tratamento da Covid-19. Antes disso, porém, o protocolo do município era famoso no WhatsApp, pois teria reduzido o número de óbitos.

Na esteira de tratamentos, está o supositório de cloroquina, uma das entidades presentes na imagem XX. Faz-se menção ao *kit covid* e alguns dos remédios que o compunham, como hidroxicloroquina, antibióticos, heparina, dentre outros. Há menção, ainda, ao periódico científico *The Lancet*, centro da controvérsia sobre a eficácia da cloroquina.

Conteúdos falsos compartilhados no WhatsApp (W2): as 770 imagens sobre a Covid-19 coletadas por meio do Monitor WhatsApp evocam uma rede de etiquetas (Imagem 29) e de entidades (Imagem 30) identificada pelo *Google Vision*. Em função da quantidade de conteúdos analisados, maior número de etiquetas e entidades foram identificadas. O mesmo padrão de identificação dos elementos que compõem as imagens é percebido nas *labels*. Por sua vez, as entidades que aparecem mais frequentemente – em função do número de imagens, foi necessário identificar apenas *web entities* que são comuns a mais de cinco imagens –, é bastante difícil fazer uma análise de tais conteúdos. São entidades muito gerais, que pouco falam sobre tais imagens.

Vale retomar, aqui, as considerações de Amoore (2020) sobre sistemas de aprendizagem de máquina. Tais ferramentas conseguem identificar padrões específicos a partir de grupos de dados – mas o fazem se já tiverem o treinamento prévio para reconhecer objetos que compõem o mundo. São, antes de tudo, ferramentas que *fazem ver de um modo específico*: seu *output* reduz as probabilidades, mas ao mesmo tempo limita outras análises. É como buscar o Monte Aiguille preso ao uso do GPS, “totalmente cego e, no entanto, perfeitamente localizado” (LATOURE, 2019, p. 72).

3.5 As referências das *fake news*

É difícil empreender uma pesquisa científica sobre *fake news* e, ao se observar os resultados, perceber que estamos atrasados. É possível compreender tendências, o contexto em que se está inserido. No entanto, uma das limitações do modo da referência [REF] é se aproximar do fato dentro das limitações de um instrumento de acesso específico. Se observamos o céu com um telescópio, por exemplo, teríamos – segundo o que nos mostra a cadeia de inscrições que nos aproximam dos luminares – a luz emitida pelas estrelas há, no mínimo, quatro anos. Ainda não há um instrumento de acesso que permita observar o universo de agora (se é que se pode falar em um “agora”, visto que experimentamos o tempo enquanto o vivemos).

Tal exemplo ilustra um desafio da pesquisa sobre a desinformação: é até possível monitorar, em tempo real, a disseminação de um conteúdo falso. Contudo, a análise de tais mensagens demanda tempo, de forma que é difícil não nos sentirmos atrasados – e perdendo uma suposta batalha moral pelo bem da democracia e da esfera pública. Até mesmo as ferramentas automatizadas de detecção e projetos desenvolvidos pelas plataformas para barrarem tal tipo de conteúdo não são eficientes o suficiente. Talvez isso se deve à parca compreensão que se tem do que é desinformação, como ela circula e o papel da PDPA neste contexto.

A presente seção procurou responder parcialmente a **Q1** e a **Hipótese B**, demonstrando a convocação de referências por conteúdos falsos sobre o *kit gay*, a Vaza Jato e a Covid-19. Destacou-se tipos de erros relacionados à convocação de fontes. Essa seção buscou *identificar de que modos a circulação de conteúdos intencionalmente e verificadamente falsos resultou, ao longo da história, na formação de grupos de apoio ou repúdio a um ponto de vista específico em uma controvérsia política*. Ressalta-se que a investigação aqui empreendida será complementada pelo capítulo 6, que discute as *fake news* no contexto da PDPA.

Este capítulo desenvolve a análise de conteúdos falsos sobre o *kit gay*, a Vaza Jato e a Covid-19 a partir da proposta supracitada. Foram indicados os procedimentos de coleta e, também, a matriz de análise utilizada. Ainda se apresentou a visão computacional como etapa complementar e experimental, que permite vislumbrar como funcionariam alguns tipos de algoritmos de detecção de conteúdos falsos – o debate é expandido no capítulo 6. Por fim, são destacadas as limitações dessa fase da pesquisa, a saber: o viés de coleta, resultado do 3PFC da Meta; o fato que o Monitor de WhatsApp retira os conteúdos de seu contexto de circulação original; a impossibilidade de propor uma amostragem probabilística quando se considera a natureza do WhatsApp; e limitações relacionadas a algoritmos de inteligência artificial já descritas na literatura.

Destaca-se, também, a desigual composição da amostra – problema que caracteriza esta tese –, visto que há 22 vezes mais conteúdos sobre a Covid-19 que os outros casos somados. A dimensão da pandemia e, também, as assimetrias que caracterizam o 3PFC da Meta – discutidas em mais detalhe no próximo capítulo – explicam tal condição. Considerando a distinção dos conteúdos, a apresentação dos resultados da análise sobre a Covid-19 foi adaptada, a fim de destacar aspectos mais relevantes e alinhados com o objetivo desta pesquisa.

Há de se considerar, ainda, um aparente viés de seleção: a maior parte dos conteúdos falsos checados está relacionado à extrema-direita, especialmente ao bolsonarismo. Tal questão, que já foi enfrentada por outros pesquisadores, parece refletir a metodologia aqui desenvolvida – em que a seleção foi feita pelas agências de checagem (em última instância, resultado do 3PFC) e no Monitor de WhatsApp. Mas, também, permite vislumbrar a relevância da desinformação nas campanhas digitais promovidas por militantes de tal espectro político. A literatura corrobora o papel dos conteúdos falsos na estratégia digital da extrema-direita (CESARINO, 2022).

Os resultados demonstram que os conteúdos falsos se sustentam em cadeias de referência que são facilmente desmontáveis. Tais mensagens se fundamentam em estratégias específicas: anonimização da fonte; *astroturfing*, atribuição equivocada de autoria; *call to action*; conspiracionismo; documentos manipulados; falsa conexão; fraude; e receitas, conselhos e empiria. Importa apontar que tais estratégias são complementares, estando intimamente relacionadas. São elas que permitem que as cadeias de referência sejam simuladas – no entanto, ao menor escrutínio, tais inscrições se desmontam. Dessa forma, pode-se considerar que a **Hipótese B** é corroborada pela análise aqui desenvolvida.

Em relação aos testes desenvolvidos com a visão computacional, observa-se que a descrição das *labels* e das *web entities* é bastante distinta entre si. As etiquetas resultam da mera apresentação dos elementos que compõem a imagem, o que é útil na comparação de um grande número de imagens com afirmações falsas, por exemplo. Assim sendo, a análise das etiquetas destacaria formatos mais comuns da desinformação, elementos que a compõem. Nesse sentido, se há, por exemplo, grande número de menções para “*eyebrow*”, “*facial expression*” e “*forehead*”, pode-se afirmar que conteúdos falsos tendem a ser apresentados acompanhados de uma figura humana.

A análise de entidades, por sua vez, revela o contexto de circulação dos conteúdos falsos. Por meio delas, é possível identificar temas da desinformação, atores políticos envolvidos e outras características dessas imagens. No entanto, vale pontuar que sistemas de inteligência artificial são uma tecnologia de visibilidade, que indicam o que é ou não

reconhecido. Ademais, diversas possibilidades são reduzidas em um único *output* (BUCHER, 2018, GILLESPIE, 2018, AMOORE, 2020, CRAWFORD, 2021). Deste modo, não se pode restringir a análise da desinformação somente ao horizonte de verdade produzido nessas ferramentas.

A próxima seção (capítulos 4 e 5) se pauta na análise de cadeias de referência produzidas / evocadas por checagens sobre os casos supracitados. Objetiva *descrever práticas material-discursivas usadas por jornalistas ao longo da história na produção da verdade jornalística e problematizar como a circulação de fake news, em um contexto de plataformação, dataficação e performatividade algorítmica*. Relaciona-se à **Hipótese B**. Enfoca, especialmente, a produção jornalística de referências como forma de veridicção, as assimetrias que resultam do acordo de agências de checagem com plataformas e, também, a noção de objetividade jornalística.

SEÇÃO 02
jornalismo e referências

4 AS REFERÊNCIAS DO JORNALISMO: UMA HISTÓRIA DA OBJETIVIDADE JORNALÍSTICA

Na seção anterior, discutiu-se uma história material da desinformação e o conceito de fake news, além da análise de conteúdos falsos. Nos capítulos 4 e 5, debate-se a objetividade jornalística e se analisa as checagens relacionadas aos casos.

“*All the news that’s fit to print*”³⁷. A capa da edição de 10 de fevereiro de 1897 do *The New York Times* trouxe em sua margem superior esquerda, pela primeira vez, um *slogan* que representaria não apenas uma promessa do periódico, mas uma perspectiva ocidental do que é o jornalismo e como ele deve ser desenvolvido. Com o tempo, o jornalismo proposto na frase - reativo, distanciado emocionalmente, imparcial e independente - tornar-se-ia o padrão da imprensa estadunidense. Naquele contexto, estavam em disputa três visões³⁸ sobre a prática profissional: o *jornalismo de ação*, o modelo “imparcial” e “independente” e uma abordagem literária do jornalismo (CAMPBELL, 2006).

Uma prática profissional proativa e participativa do jornalista era prevista no *jornalismo de ação*, que ganhava o *yellow journalism*³⁹ e era defendido por William Randolph Hearst⁴⁰. Tal paradigma ativista defendia que os jornais deveriam corrigir problemas da vida

³⁷ “Todas as notícias adequadas à publicação” e “Todas as notícias que couberem na publicação” são traduções possíveis para o *slogan* do *Times*. O conteúdo jornalístico ainda precisa “cabem em concepções culturais prévias relacionadas com a notícia” (DARTON, 1990, p. 96), na política editorial do jornal e no interesse de seus anunciantes (BERGER, 2012).

³⁸ Outros modelos de jornalismo também existiam, mas não tiveram tanta importância na imprensa estadunidense. Cabe citar um jornal de Nova Jersey em que os posicionamentos editoriais eram definidos por meio de voto dos assinantes (CAMPBELL, 2005). O que aponta a pequena relevância de outros modelos para a formação do *ethos* jornalístico é que Schudson (1981), por exemplo, destaca que tal período foi demarcado pela disputa entre o *story journalism* e o *informative journalism*.

³⁹ O *yellow journalism* foi caracterizado pela ampla circulação de jornais de baixo custo, cujas matérias adotavam um tom sensacionalista e eram produzidas sem apuração dos fatos (LAGE, 2008). Segundo Park (1923, p. 286-287), “the yellow press grew up in an attempt to capture for the newspaper a public whose only literature was the family story paper or the cheap novel. The problem was to write news in such a way that it would appeal to the fundamental passions. The formula was: love and romance for the women; sport and politics for men”. Tal modelo implicou em uma ampla circulação dos jornais por todo o país.

⁴⁰ Um dos principais nomes da mídia estadunidense no final do século XIX, era proprietário de uma série de jornais do *yellow journalism* em todo o país, sendo sua folha mais famosa o *New York Journal*. Afirma-se que Hearst teria dito que causaria a Guerra Hispano-Americana por meio de matérias inflamatórias, o que se tornou um mito

pública, envolvendo-se de forma vigorosa e atendendo a demandas públicas nas quais o Estado era incompetente ou omissivo. Uma perspectiva mais conservadora e contra o ativismo era representada pelo *The New York Times*, com uma visão mais independente e distanciada emocionalmente dos fatos. Por fim, havia uma abordagem literária, que ganharia as páginas do *New York Commercial Advertiser* quando Lincoln Steffens tornou-se editor de cidades do periódico, em 1897. O jornal substituiria o texto de jornalistas veteranos pelo de escritores, que deveriam relatar a serendipidade nova-iorquina (CAMPBELL, 2006).

Imagem 31 - *New York Times* começa a utilizar seu slogan



Fonte: Dunlap (2017)

É nesse contexto em que ressurge o debate sobre a objetividade jornalística, ou o modo como o jornalismo produz um tipo específico de verdade. Traçar a história material da objetividade envolve reconciliar abordagens historiográficas do jornalismo pautadas somente na disponibilidade de tecnologias com aquelas fundadas meramente nos aspectos psicossociais. Exige, ainda, renunciar a uma atitude iconoclasta que não consegue observar que os fatos são *fe(i)tiches*: feitos (também) pelas mãos humanas enquanto também são fetiches, superando seus criadores (LATOUR, 2002b). A objetividade jornalística, propõe-se aqui, é o resultado da interação entre repórteres, editores, computadores, fontes de pesquisa, técnicas de apuração, reuniões de pauta, *softwares*, técnicas de impressão e diversos outros atores.

Considerando tais aspectos, o presente capítulo se dedica à apresentação da história da “verdade” jornalística a partir dos objetos por meio dos quais ela é produzida. Não se intenta

da imprensa estadunidense – derrubado por Campbell (2010). O empresário foi inspiração para o personagem Charles Foster Kane, do filme *Citizen Kane*.

desenvolver uma genealogia das técnicas de produção, do texto informativo ou da estruturação de uma redação. Busca-se apontar como o jornalismo, ao longo do tempo, produziu e foi produzido por instrumentos de acesso que permitem ir do fato ao relato, apresentar como tais lentes inspiraram-se em uma perspectiva positivista, assim como destacar as controvérsias daí oriundas. Também se indica como as referências produzidas pelo jornalismo distinguem-se entre os diversos gêneros e formatos jornalísticos.

A prática jornalística, como se argumenta aqui, é resultado de uma rede sociotécnica, enquanto o jornal, em si, é um dispositivo⁴¹. Compreender o jornalismo como rede sociotécnica implica na observação de como ele é produzido por meio da reunião entre humanos, linha editorial, critérios de noticiabilidade, máquinas, *deadlines* necessários para impressão e distribuição dos jornais, entre outros elementos que, associando-se, participam da produção noticiosa.

Os capítulos 4 e 5 estão alinhados ao seguinte objetivo específico da tese:

- Descrever práticas material-discursivas usadas por jornalistas ao longo da história na produção da verdade jornalística e problematizar como a circulação de *fake news*, em um contexto de plataformização, dataficação e performatividade algorítmica, afeta esses processos.

4.1 Uma história material da notícia

A notícia existe muito antes das disputas que se deram no jornalismo nova-iorquino do século XIX. Enquanto, para Lage (1987), é intuitiva, Beltrão (1960) acredita que todos os agrupamentos humanos desenvolveram relatos factuais. A proposição de Lage parte de uma simples reflexão: quem, enquanto liga para polícia para contar que encontrou um cadáver em sua casa, começa a denúncia relatando como estava vestido quando acordou, como foi seu café da manhã, ou descreve em todos os detalhes seu dia até o fatídico acontecimento? Parte-se logo para o relato do óbito e seu achamento, deixando-se de lado a cor das paredes e dos móveis,

⁴¹ Entender o jornal enquanto dispositivo não se restringe, contudo, à sua compreensão como um suporte material ou imaterial no qual os textos são inscritos, que possui uma estruturação específica no tempo e no espaço e que se insere em um dispositivo geral da informação, como propôs Mouillaud (2012). Ao discutir o jornal impresso, o autor toma-o por dispositivo no qual o texto jornalístico – outro dispositivo – é apresentado e que dá sentido a esse texto e o precede. Também aponta que o jornal possui dispositivos próprios a ele subordinados: um sistema de títulos, por exemplo (MOUILLAUD, 2012). Propõe-se uma abordagem simplificada, inspirada na Teoria Ator-Rede, da compreensão do jornalismo – e, conseqüentemente, do jornal – como associação entre humanos e objetos. Nessa perspectiva, não é apenas o suporte que limita o que pode ser publicado – a mancha gráfica, no caso do impresso, tem um tamanho limitado –, mas sim uma diversidade de atores que, reunidos, produzem o jornalismo: repórteres, fontes, computadores, técnicas de apuração e entrevista etc. O modo “jornalismo” envolve a técnica e a linguagem, mas também pode afetar/ coproduzir a subjetividade.

além de outros detalhes não relevantes. Essa capacidade de hierarquização da informação nos seria natural – resta saber, contudo, se tal habilidade já existia antes da introdução do “homem tipográfico”.

Desse modo, como aponta Beltrão (1960), é natural que todas as sociedades humanas tenham desenvolvido relatos, seja por meio de pinturas rupestres, pela oralidade ou outras formas de inscrição. A busca por informação seria própria do homem, o que explicaria a presença de inscrições datadas de 2200 a.C., relatando um dilúvio, assim como crônicas – em mármore – da fundação de Atenas. Beltrão elenca jornais chineses, então grafados em madeira, bem como um diário oficial egípcio, datado de 1750 a.C., cujo suporte era o papiro. Para o autor, todas eram formas de informação rudimentar sobre o cotidiano, uma prática próxima ao que seria o jornalismo.

Tem-se, aqui, o primeiro desafio para construir uma história das notícias ou, mesmo, do jornalismo. Se a transmissão e registro do cotidiano são formas primitivas da informação jornalística, pouco restaria da vida social que não fosse jornalismo. Seria necessário, então, adotar um conceito de “notícia” e de “jornalismo” para conduzir tal história. Por outro lado, não faz sentido produzir um relato histórico a partir de conceitos tão específicos dos Modernos: a informação jornalística é característica das sociedades modernas e apenas o demônio do *duplo clique* (LATOURET, 2019) faz acreditar que as pinturas rupestres são uma forma prévia de reportagem ou que a notícia nos é imanente.

Se os desenhos nas cavernas ou a denúncia em “pirâmide invertida” existem, isso se deve à mediação entre humanos e objetos, ao longo da história, que produziram um modo específico de relato do cotidiano. A imprensa periódica implicou na padronização da língua vernacular (THOMPSON, 1998), por exemplo, assim como as condições específicas de alguns agrupamentos humanos lhes permitiu grafar nas paredes das cavernas suas histórias. Falar em um jornalismo imanente, que evolui desde quando morávamos em cavernas, é adotar padrões dos Modernos para entender outras sociedades já existentes, vistas como “primitivas”. A fim de adotar uma abordagem mais adequada a uma Antropologia dos Modernos, propõe-se o exercício de resgatar uma história dos aspectos materiais da produção e disseminação da notícia.

Afinal, “as *affordances* das ferramentas se tornam o horizonte da verdade”, como destaca Crawford (2021, p. 133, tradução nossa⁴²). Embora, no texto original, tal afirmação discuta o papel de estruturas de classificação para a inteligência artificial, o excerto também permite observar que aspectos materiais de cada suporte, procedimento ou técnica de redação

⁴² “The affordances of the tools become the horizon of truth” (CRAWFORD, 2021 p. 133).

implicam diretamente na produção jornalística. Tome-se como exemplo as mudanças na tecnologia gráfica.

A introdução da linotipo⁴³ na indústria gráfica da imprensa brasileira trouxe diversas mudanças na organização e tiragem dos jornais, bem como reduziu o poder da União dos Trabalhadores de Gráficas (UTG). Até então, as folhas eram compostas manualmente, sendo inseridos um por um os tipos nas caixas. Um compositor com experiência produzia entre 1200 e 1500 caracteres por hora, de modo que um único jornal precisava de vários gráficos e uma folha de quatro páginas levava até 16 horas para ser composta. O mercado de trabalho do compositor era regulado pelos sindicatos, a mão de obra qualificada era escassa, o acesso à profissão era regulamentado e quando tais profissionais paravam, não saía jornal (MOLINA, 2015).

A linotipo permite a composição automatizada, a partir de um teclado semelhante ao de máquinas de escrever. A cada letra digitada, as matrizes (tipos) são alinhadas e as linhas são compostas (ARAÚJO, 2008, MOLINA, 2015). Era possível compor 10 mil caracteres por hora e um linotipista substituiu o trabalho de seis compositores – que compunham três quartos dos trabalhadores da indústria gráfica no período. A UTG foi contrária à introdução dessa tecnologia e impediu que os novos funcionários se filiassem ao sindicato. No entanto, como os linotipistas eram remunerados por linha composta, tinham salários mais elevados que os jornalistas e desenvolviam um trabalho mais especializado, acabaram se tornando o padrão das indústrias gráficas – enquanto a UTG definiu (MOLINA, 2015).

Assim como os compositores manuais fizeram, os linotipistas regulavam a entrada na profissão, a fim de manter a escassez de profissionais no mercado. Naquele contexto, as matérias não eram previamente diagramadas, de forma que a redação envia textos maiores e em maior quantidade do que o espaço existente para a impressão. A redação em pirâmide invertida, introduzida no Brasil na década de 50 (séc. XX), facilitava o recorte das sobras: bastava retirar o pé das notas⁴⁴. Para os linotipistas, era interessante, já que recebiam por linha produzida (MOLINA, 2015).

⁴³ “A linotipia foi inventada em 1884 pelo alemão Ottmar Mergenthaler, que residia em Baltimore (EUA), e dois meses depois o *New York Tribune* utilizava a primeira máquina *linotype*, como a batizou seu criador, baseado em que ela compunha e fundia as linhas em uma só peça (*line-of-type*)”, ressalta Araújo (2008, p. 328). Os processos de composição por meio de linhas, como a linotipia, embora garantissem economia, tinham como inconvenientes a reduzida flexibilidade na variação dos caracteres; a dificuldade de adaptação em diagramações complexas; a incapacidade de ajuste do tamanho das entrelinhas, já que linhas e entrelinhas são compostas por peça única; e a dificultosa correção, já que para alterar um caractere é necessário compor novamente toda a linha (ARAÚJO, 2008).

⁴⁴ Como não existia cálculo prévio do tamanho dos textos e o espaço livre na mancha gráfica, a imprensa brasileira criou dois recursos gráficos para ocupar os espaços vazios: a *nota-pé* era uma notícia fria que era atualizada,

No entanto, aos poucos adotou-se o cálculo prévio do tamanho que seria ocupado por cada matéria e o número de caracteres que deveria ser produzido. Os linotipistas da *Folha de S. Paulo*, que perdiam o dinheiro que ganhavam com a composição das matérias que sobravam, fizeram greve. Voltaram quando se garantiu um soldo mínimo para seu trabalho, que não dependia do quanto compunham. Tal contexto duraria até a introdução de outras técnicas de impressão, como a fotocomposição à frio (MOLINA, 2015).

Como discute-se adiante, a linotipo permitiu não apenas maior tiragem dos jornais, mas, no jornalismo ocidental, também reduziu os custos de produção, o que trouxe condições, no exterior, para o surgimento da *penny press*⁴⁵ (LAGE, 2008. SCHUDSON, 1981; THOMPSON, 1998). Essas técnicas mais eficientes e baratas de impressão e de distribuição ampliaram o público dos jornais. Isso fez com que as abordagens opinativas fossem, aos poucos, abandonadas, dando lugar a um jornalismo independente, não partidário, distante, que valorizava temas que poderiam atrair os leitores: exibicionismo, pompa, interesse humano, crime e desastre (CAMPBELL, 2006, LAGE, 2008, PARKS, 2018, 2019)

Paralelamente, a introdução da impressão em meio-tom (*halftone*)⁴⁶ permitiria a impressão de fotografias juntamente ao texto jornalístico, imagens essas que, aos poucos, assumiriam o papel de prova jornalística. Em 21 de janeiro de 1897, o *The New York Tribune* publicava, pela primeira vez, uma foto: o retrato de um político nova-iorquino eleito ao Senado estadunidense. Em 4 de julho, o *The New York Times* publicaria 37 fotografias do jubileu de prata da rainha Vitória. O texto da matéria anuncia que as imagens permitiam ver mais do que

ocupando o rodapé dos jornais; enquanto o *calhau* era um anúncio da própria empresa ou de terceiros, que não era pago pelo anunciante (LAGE, 2008). Não confundir com a *nota pé* da televisão, texto lido pelo apresentador ao vivo após uma matéria, com o objetivo de complementa-la (PATERNOSTRO, 2006).

⁴⁵ O primeiro *penny paper* foi o *New York Sun*, fundado em 1833 (MINDICH, 1998). “In 1833 Benjamin Day, with a few associates, started a paper for “mechanics and the masses generally”. The price of this paper was 1 cent but the publishers expected to make up by larger circulation and by advertising the loss sustained by the lower price. At the time most of New York papers were selling for 6 cents”, diz Park (1923, p. 284-285). “Before the penny era, papers were shared or read aloud to groups in the partisan clubs and inns, and sent through a partisan postal service”, explica Mindich (1998, p. 17).

⁴⁶ A impressão de fotografias não era possível em função de características da tecnologia gráfica e fotográfica até então disponíveis. A introdução do *halftone*, em 1880, garantia que fotografias fossem impressas por meio da quebra de tons contínuos da fotografia, fracionando as imagens em micropontos (retículas), cuja densidade é maior em áreas mais escuras da imagem. A fotografia é completada por uma ilusão de ótica e, para o leitor, parece tratar-se de uma figura impressa sem nenhuma divisão (GIACOMELLI, 2009). Explica Araújo (2008, p. 511) que “como nenhum equipamento de impressão é capaz de imprimir meios-tons (por exemplo o cinza), esse tipo de original deve ser convertido em traço, o que se faz fotografando-o através de uma retícula”. A qualidade do papel, da impressão e da tinta definem o número de pontos da retícula, de forma que um jornal geralmente não tem retículas com mais de 34 linhas – o papel não permite o uso de retículas mais densas e não reteria os detalhes, assim como os espaços entre cada ponto seriam tomados pela tinta (ARAÚJO, 2008).

qualquer convidado do evento – ou a própria rainha – tinha visto: um baile mais *real* que a realidade percebida pelos convidados (CAMPBELL 2006).

As técnicas de impressão adotadas nesses jornais não somente alteraram as rotinas de produção ou ampliaram a tiragem dessas folhas, mas também determinam novas possibilidades de apresentação das notícias. As fotografias do baile real tornam-se o “horizonte da verdade”, horizonte esse em que a imagem fotográfica é apresentada como prova jornalística, garantia que um algo se deu de fato. A possibilidade de manipular essas imagens, contudo, colocaria em disputa o lugar de comprovação da fotografia (DUBOIS, 1993, SANTAELLA; NÖTH, 2001).

Desse modo, pode-se concluir que a adoção de um instrumento ou procedimento altera o resultado do texto jornalístico e sua capacidade de apresentar um fato. De forma semelhante, a modificação das características gráficas (seja a introdução da impressão em meio-tom, à cores ou a redução do formato do jornal) também transforma o modo como o jornalismo conta uma história. Esses instrumentos de acesso limitam / formatam a própria produção noticiosa. Vale retomar o exemplo do mapa: uma alteração na escala, a inserção de mais marcos e, até mesmo, a introdução de dados de latitude e longitude de um ponto específico permitem uma referenciação mais ou menos fiel do território.

Esse breve relato ilustra que é mais interessante olhar para os instrumentos de acesso, aos objetos constituídos ao longo do tempo, do que adotar um conceito contemporâneo de jornalismo a partir do qual se estabelece uma historiografia. Como se discute na introdução desta tese, só se pode conhecer por meio das referências, por meio de inscrições que permitam que se desloque do fato ao relato textual e vice-versa (LATOUR, 2001, 2019). A adoção de técnicas jornalísticas de apuração e redação – que surgem em função de questões econômicas e pela busca de validação por meio da “objetividade” – permite uma forma jornalística de conhecer – e de dar a conhecer – o mundo.

Tais técnicas são / se devem ao entrelaçamento entre humanos, objetos, critérios de noticiabilidade, recursos financeiros, legislação, angulação, interesses diversos, entre muitos outros atores. Se é anacrônico falar que sempre produzimos notícia, já que tal conceito é característico dos Modernos e de seu jornalismo, falar que produzimos, ao longo do tempo, relatos do cotidiano por meio de instrumentos de acesso e cadeias de referência diversamente arrançadas não o é. Uma história das técnicas usadas para relatar o cotidiano nunca estará completa, tampouco fará justiça a todos os atores (sejam humanos ou objetos) que nela se entrelaçam. No entanto, permite vislumbrar como diversos instrumentos de acesso – e as referências que eles fornecem – demarcam e produzem a verdade jornalística.

4.1.1 A introdução das técnicas jornalísticas

“Do ponto de vista da estrutura, a notícia se define, no jornalismo moderno, como o relato de uma série de fatos a partir do fato mais importante ou interessante; e de cada fato, a partir do aspecto mais importante ou interessante”, postula Lage (1987, p. 16, grifo no original). É um formato do gênero informativo do jornalismo (MARQUES DE MELO; ASSIS, 2016) que anuncia novos fatos (SODRÉ; FERRARI, 1986, LAGE, 2008) em um texto expositivo. Possui elementos de ineditismo, intensidade, atualidade, proximidade e identificação. É breve, sumária e pouco durável, presa à emergência de um fato: geralmente relata a disfunção de um sistema (LAGE, 1987).

Seu texto não deve possuir expressões imprecisas, já que “não basta *ser* verdadeiro, é preciso *parecer*” (LAGE, 1987, p. 26, grifo no original). Os livros de estilo, o “algoritmo” do jornal impresso, que definem regras de redação e estilo para as notícias (WHITTAKER, 2019), assim conceituam o formato noticioso. Esses padrões de redação chegam ao Brasil na década de 50 (séc. XX), no âmbito das reformas promovidas no *Diário Carioca*, no *Jornal do Brasil* e no *Última Hora* (SODRÉ, 1999, JORGE, 2013, LAGE, 2008). A adoção do sintético *lead* estadunidense, abasileirado com a adição do *sublead*, levaria ao abandono do nariz de cera, parágrafo inicial do texto noticioso caracterizado por um longo texto descritivo⁴⁷. Mudanças na estrutura das redações e na tecnologia de impressão também definem a introdução do jornalismo industrial no país.

Tais reformas consolidam uma técnica jornalística, cujo desenvolvimento se dá de forma heterogênea nos diversos jornalismo brasileiros – embora os gêneros e formatos do jornalismo pareçam unanimidade, seu desenvolvimento é atravessado por regionalismos que se manifestam do vocabulário profissional dos jornalistas ao modo como um texto é redigido. Essas reformas significam a introdução de um jornalismo industrial no Brasil, submetido a uma standardização, prometendo a objetividade do relato jornalístico (SODRÉ, 1999). No entanto, são resultado de um complexo arranjo, iniciado antes mesmo da publicação das primeiras folhas no país.

Embora o relato das novidades⁴⁸ tenha sido objeto da ação humana desde a pré-história – das pinturas rupestres ao *praecor* que anunciava os nascimentos, das narrativas do dilúvio às

⁴⁷ Manuais de redação e estilo jornalísticos contemporâneos proíbem o uso do *nariz de cera*. A versão de 2018 do *Manual da Redação* da Folha de S. Paulo o define como “frase ou parágrafo introdutório que podem ser cortados sem prejuízo informativo. Evite, especialmente em texto noticioso” (FOLHA DE S. PAULO, 2018, p. 145).

⁴⁸ Em 1690, Tobias Peucer apresentou tese doutoral à Universidade de Leipzig sobre “as relações e relatos de novidades” (SOUSA, 2004, p. 32) destacados pela imprensa da época. Como destaca Sousa (2004, p. 35),

Actas Romanas –, é a partir da introdução da prensa na Europa que surgem as primeiras folhas. Há um contexto para isso: a maior oferta de papel, a necessidade de notícias que auxiliassem a tomada de decisões em negócios (SOUSA, 2004), a formação dos estados nacionais (THOMPSON, 1998), a crescente alfabetização das populações e a urbanização (PARK, 1923). A introdução das agências de notícias implicaria na padronização da imprensa nascente, que precisa adotar uma linguagem mais neutra e adequada aos diversos públicos (THOMPSON, 1998), superando um caráter opinativo do jornalismo (LAGE, 2008).

Nos Estados Unidos, as notícias surgem nos anos 1830, enquanto a figura do repórter aparece nas décadas de 80 e 90 do século XIX. Até então, as folhas eram produzidas por uma só pessoa, que trabalhava como impressor, agente de publicidade, editor e repórter (SCHUDSON, 1981). Eram pasquins consumidos pelo artigo de fundo, texto opinativo que apresentava um ponto de vista ao debate público (LAGE, 2008). A introdução da notícia pauta um consumo do jornalismo pelo relato do cotidiano, do novo, em detrimento do seu caráter opinativo.

Há controvérsia sobre qual foi a primeira entrevista no jornalismo estadunidense: Carlson atribui o pioneirismo a James Gordon Bennet, que teria publicado uma entrevista pingue-pongue no *Herald* em 1836, embora o entrevistado negue ter conversado com o repórter. O formato não se tornou popular, no entanto. Marbut, por sua vez, aponta que, em 1859, o *Tribune* publicou a conversa entre Brigham Young e o repórter Horace Greeley (SCHUDSON, 1981). Entre 1870 e 1880, o formato se populariza: antes disso, os repórteres conversavam com agentes públicos, mas tal conversa não era citada no jornal (SCHUDSON, 2001).

“A entrevista jornalística, em primeira instância, é uma técnica de obtenção de informações que recorre ao particular; por isso se vale, na maioria das circunstâncias, da fonte individualizada e lhe dá crédito, sem preocupações científicas”, explica Medina (1986, p. 18). Em alguns casos, somente fontes oficiais são creditadas, o que aprofundaria a unilateralidade da informação. A entrevista jornalística não se preocupa com uma amostragem representativa, é realizada por meio de uma técnica não diretiva, um diálogo dentro dos critérios que formam o jornalismo segundo Otto Groth: atualidade, universalidade, periodicidade e difusão. Nela, o repórter não é quem detém a informação, mas a busca diretamente com a fonte (MEDINA, 1986).

“quando Peucer escreveu a sua tese, existiam já referentes teóricos da retórica, da filosofia, da história, da jurisprudência, da ética e da moral que se podiam aplicar ao jornalismo emergente”

“O depoimento coletado pode ser um simples aval de uma notícia curta”, como aponta Medina (1986, p. 48), ou ser uma “grande entrevista”. Nesse caso, pode coletar “conceitos sobre determinado tema”, “versões de vários ângulos do acontecimento”, “indicações que conduzem a uma grave denúncia” – geralmente, em *off* –, um “perfil humano” ou entrevista com grandes personalidades⁴⁹. Ainda, debate sobre um assunto polêmico ou um “painel de opiniões, pontos de vista, através do que se convencionou chamar de *enquete*” (MEDINA, 1986, p. 50-52, grifo no original). Cada um destes tipos exige um formato específico de redação: a entrevista conceitual é apresentada como pingue-pongue, o texto investigativo geralmente é escrito de forma indireta na terceira pessoa e elenca diversas fontes, enquanto o perfil pode adotar diversas estruturas, por exemplo (MEDINA, 1986).

O repórter, com o objetivo de apresentar o relato de fontes múltiplas, adota estratégias agressivas: durante a Guerra de Secessão, correspondentes dos estados do Norte viajavam disfarçados para não serem identificados. Surge o “jornalismo de disfarce”, cuja primeira publicação foi feita no *New York World*, com a reportagem “Inside the Madhouse”, sobre um hospício. O jornalismo *muckraker*⁵⁰, surgido no final do século XIX, demonstra a capacidade dessas folhas de criar comoção social por meio da investigação de fatos (TRAQUINA, 2005b).

Diante do jornalismo *muckraker* e do *yellow journalism*, algumas empresas criaram equipes responsáveis para checar informações, no *New York World* (1913), no *New Yorker* (1927), ou na revista *Time* (1923) – o primeiro texto a conter a expressão *fact-checking* tenha aparecido nessa revista em 1938⁵¹ (FABRY, 2017). Nessa perspectiva, a checagem está mais relacionada à apuração pré-publicação, a fim de garantir a existência daquilo que é relatado. As agências de checagem contemporâneas, como se indica adiante, desenvolvem a verificação de declarações de pessoas públicas ou, atualmente, da desinformação.

⁴⁹ Lage (2008) aponta que a entrevista pode ser ritual (breve, centrada na exposição do entrevistado), temática (aborda um tema com um entrevistado que tenha autoridade para discuti-lo), testemunhal (relato de algo vivido pelo entrevistado) e em profundidade (enfoca a figura do entrevistado). Em relação às circunstâncias, pode ser ocasional (não programada), de confronto (repórter assume papel de inquisidor), coletiva ou dialogal (em ambiente controlado, “a entrevista por excelência”). No impresso, pode subsidiar a produção de uma notícia, compor o *lead* de textos noticiosos para revistas ou na forma de pingue-pongue. No rádio e na TV, outros elementos, como o tom de voz, a roupa do entrevistado, sua fisionomia e outros também devem ser retratados.

⁵⁰ O jornalismo *muckraker* era uma prática jornalística denunciata, que apontava inconsistências sociais e resultados inesperados da industrialização estadunidense (GEIGER, 1966). “Pulitzer has discovered while he was editor of the *St. Louis Post Dispatch* that the way to fight popular causes was not to advocate then on the editorial page but to advertise them – write them up – in the news columns. It was Pulitzer who invented muckraking”, comenta Park (1923, p. 287, grifo no original).

⁵¹ Cabe destacar que Schudson (2013) atribui a origem do *fact-checking* a iniciativas de autenticar declarações feitas em campanhas presidenciais nos Estados Unidos após 1990.

“A reportagem não existiu ou era irrelevante em 200 dos quase 400 anos da história da imprensa”, como lembra Lage (2008, p. 8). A apresentação do relato de testemunhas oculares e a introdução da reportagem com o uso da técnica de descrição são algumas das novidades do jornalismo no século XIX (TRAQUINA, 2005b). O formato chega ao Brasil apenas em 1904 por meio de João de Rio, que desenvolve texto sobre religiões praticadas no Rio de Janeiro, inspirado em uma reportagem sobre a capital francesa. Nos Estados Unidos, destaca-se a reportagem de William Burke Miller sobre o resgate de Floyd Collins, explorador que ficou preso após o desabamento de uma caverna em Kentucky. É claro que publicações anteriores traziam, aos poucos, as características que marcam a reportagem – que se tornaria formato de excelência do jornalismo.

O desdobramento das clássicas perguntas a que a notícia pretende responder (quem, o quê, como, quando, onde, por quê) constituirá de pleno direito uma narrativa [...] regida pela [...] realidade factual do dia a dia, pelos pontos rítmicos do cotidiano que, discursivamente trabalhados, tornam-se *reportagem* (SODRÉ; FERRARI, 1986, p. 11, grifo no original).

“A reportagem não cuida da cobertura de um fato ou de uma série de fatos, mas do levantamento de *um assunto* conforme ângulo preestabelecido”, expõe Lage (1987, p. 47). É oposta à notícia, que relata a emergência do novo, já que prescindir de atualidade. Pode ser apresentada como pirâmide invertida, em uma estrutura cronológica ou dialética (SODRÉ; FERRARI, 1986), tendo um estilo mais livre (LAGE, 1987, 2008). Caracterizam a reportagem a humanização do relato, predominância da narrativa, texto impressionista e objetividade dos fatos narrados. (SODRÉ; FERRARI, 1986). Por fim, o assunto da reportagem nem sempre é um fato, mas uma análise ampliada desse, com investigação e interpretação (LAGE, 1987, 2008).

Também no século XIX surge a pirâmide invertida e o *lead*, parágrafo introdutório que resume o evento noticiado. Essa forma de redação passa a ser entendida como um dos pilares da objetividade no jornalismo (MINDICH, 1998, PÖTTKER, 2003, LAGE, 2008, PARKS, 2018). Até então, a narração do fato era precedida por um nariz de cera, texto que convocava o leitor a entender a importância da história a ser contada. O relato podia ser desenvolvido de forma cronológica, sendo que o último parágrafo destacava o que de fato ocorrera (MINDICH, 1998, LAGE, 2008).

“À medida que as notícias começaram a ser tratadas como um produto, [...] tornaram-se crescentemente estandardizadas ao tomarem a forma que chamamos hoje “pirâmide invertida”, enfatizando o parágrafo de abertura, o *lead*”, explica Traquina (2005b, p. 59). A pirâmide invertida tem, até mesmo, um mito fundacional. “A origem da pirâmide invertida está

ligada à invenção do telégrafo, em 1837, e à preocupação de que a transmissão pudesse ser cortada. Tratava-se de entregar a mensagem o quanto antes”, comenta Franco ([201?], p. 55). É durante a Guerra de Secessão, nos Estados Unidos, que se torna necessário redigir em tal formato, visto que os postes que apoiavam os fios do telégrafo eram alvos de atentados à bomba. Deste modo, existia um acordo com operadores da tecnologia: cada jornalista ditava um parágrafo do texto por vez, só podendo continuar tal ditado na próxima rodada – caso o telégrafo ainda estivesse operacional (PÖTTKER, 2003, CANAVILHAS, 2006, ALSINA, 2009).

Tal origem, no entanto, é controversa. Como demonstra Pöttker⁵² (2003), há quatro teses que explicam o surgimento da pirâmide invertida: a explicação tecnológica, que a relaciona ao telégrafo; a política, que retoma a estrutura de redação de boletins oficiais; a cultural, que explica a origem em função do declínio do analfabetismo; e a econômica, que aponta o interesse editorial pela audiência. A perspectiva tecnológica foi apresentada no parágrafo anterior. Por sua vez, a abordagem política atrela a origem da pirâmide invertida aos boletins impessoais de Edwin Staton, secretário de guerra de Abraham Lincoln (MINDICH, 1998, PÖTTKER, 2003).

A abordagem tecnológica e a política entendem que a pirâmide invertida é contemporânea à Guerra de Secessão⁵³, enquanto a explicação cultural a localiza entre 1890 e 1900. Neste ponto de vista, tal forma de redigir o texto jornalístico espalhou-se na primeira década do século XX, devido à redução do analfabetismo e uma perspectiva educacional pragmática e tecnológica. Por fim, a perspectiva tecnológica entende que a pirâmide invertida é resultado da competição entre os jornais, de uma standardização noticiosa que se deu desde a *penny press*, assim como é fruto da adoção de serviços telegráficos de agências de notícias, como a *Associated Press*. Todas essas perspectivas explicam a nova redação jornalística por fatores externos ao jornalismo e às empresas jornalísticas (PÖTTKER, 2003). Nesta tese, pouco importa essa divisão da história da pirâmide invertida em domínios tecnológicos, políticos ou culturais – trata-se apenas de um recurso didático. É mais interessante analisar a controvérsia sobre a origem dessa forma de redação jornalística e se tal controvérsia se estabiliza – ou não –

⁵² Pöttker (2003) defende que a pirâmide invertida aumenta a receptividade do leitor e amplia a velocidade de leitura. Tal forma de redação ainda tem vantagens nas rotinas produtivas, já que reduz os custos de produção da notícia. Para o autor, as quatro teses se equivocam, já que é na década de 90 (séc. XIX) que o formato se populariza.

⁵³ Mindich (1998) aponta que o assassinato de Abraham Lincoln, em 14 de abril de 1865, é entendido como um marco do jornalismo estadunidense. Antes do atentado, a redação em pirâmide invertida raramente era adotada. Na madrugada do dia 15, o secretário Staton enviou um despacho ao Major-General Dix, relatando o fato em ordem de importância. Tal documento foi publicado na íntegra no *New York Herald*, sendo que os editores do periódico somente dividiram os parágrafos do texto.

em um discurso único sobre a história da pirâmide invertida. Enquanto a historiografia da imprensa brasileira aponta a década de 50 (séc. XX) como marco da introdução do *lead* no país, dentro das reformas nos periódicos cariocas, há controvérsias sobre a origem deste sumário na imprensa estadunidense⁵⁴. O advento do *lead*, aponta Schudson (1981), estaria relacionado aos custos de operação do telégrafo, assim como a introdução do transporte público urbano em Nova Iorque. Ônibus e trens urbanos demandariam alterações no projeto gráfico dos jornais – inserção de imagens, aumento da fonte e redução do formato do jornal – e a introdução do *lead*, alterações que deveriam facilitar a leitura em movimento.

Não é escopo desta tese reconciliar perspectivas historiográficas da pirâmide invertida – embora tal tarefa seja tão sedutora que já consumiu algumas páginas. Em vez de identificar sua paternidade, objetiva-se compreender a pirâmide invertida como instrumento de acesso do jornalismo, como forma de produzir referências. A pirâmide invertida define a escrita noticiosa, estabelecendo que o relato deve ser hierarquizado, destacando *quem, o que, quando* ou *onde*. Ademais, define as estratégias de apuração jornalística – o repórter precisa saber responder ao *lead* –, assim como a ordem de apresentação das informações no texto – o mais importante deve ser apresentado já no primeiro parágrafo, o que estabelece uma forma específica de leitura do jornal.

Como defende Tuchman (1972), a objetividade (como uma reivindicação) nasce nos procedimentos jornalísticos, na rotina da redação, sendo um ritual estratégico: são aspectos textuais – a pirâmide invertida, aquilo que o entrevistado fala (uso judicioso das aspas), a apresentação do contraditório e de provas – que protegem o jornalista de erros e, também, críticas. A pirâmide invertida torna-se, portanto, o “horizonte da verdade” – que define tanto o modo do jornalismo produzir conhecimento sobre os fatos como que tipo de notícias *fits to print*. É compreendida como uma estrutura, uma receita que garante a objetividade do jornalismo (PARKS, 2018), ao permitir um relato mais distanciado do fato (MINDICH, 1998).

A pirâmide invertida também facilita a leitura da notícia, em um contexto em que imigrantes passavam a ler os jornais e precisavam de textos mais facilmente compreendidos⁵⁵ (PARK, 1923, SCHUDSON, 1981). O *New York Journal*, em sua edição de domingo, passa a

⁵⁴ Vale destacar que a introdução da pirâmide invertida no jornalismo ocidental se deu nos Estados Unidos. Em jornais alemães e de outros países europeus, a I Guerra Mundial foi apresentada em ordem cronológica (PÖTTKER, 2003).

⁵⁵ Como relata Robert Park (1923, p. 275), “if the press can make itself intelligible to the common man, it will have even less difficulty in being understood by the intellectual. The character of present-day newspapers has been profoundly influenced by this fact”.

imprimir imagens – que, com o tempo, tornaram-se coloridas – e uma mancha gráfica com sete colunas, no intuito de produzir um jornal que até quem não soubesse ler desejasse comprar. Também é a edição dominical do periódico que começa a publicar uma seção de quadrinhos (PARK, 1923). Vale apontar que a tirinha *Yellow Kid*, publicada no *Morning Journal*, um dos jornais de Hearst, teria originado o termo *yellow journalism* (LAGE, 2008). A publicação de tiras cômicas, de histórias de interesse humano, *fait divers*, dentre outros formatos de entretenimento, consolida-se no jornalismo impresso.

Ainda que o telégrafo não tenha definido – sozinho – como a notícia jornalística é redigida, não se pode ignorar sua intervenção nas redações⁵⁶. Os custos da operação do telégrafo alteraram, por exemplo, o modo como as agências de notícia transmitiam a informação às sucursais brasileiras. A Havas – agência associada à Reuters – chegou ao Brasil com o telégrafo. Em um contexto em que um telegrama transatlântico tinha preços exorbitantes, as agências de notícia criaram códigos telegráficos para resumir a informação, nem sempre compreendidos pelos jornais brasileiros – o que implicava na publicação de conteúdos equivocados. O carioca *Jornal do Commercio* publicou, em 25 de julho de 1874, diversos telegramas da agência, bastante confusos (MOLINA, 2015).

Como destaca Franciscato (2003), as cartas pessoais, o sistema de correios, o telégrafo e os cabos submarinos, o rádio e o telefone foram introduzidos na produção jornalística e alteraram não somente as rotinas produtivas, mas como o próprio jornal. A linotipo, por exemplo, permitiria uma composição e impressão agilizada⁵⁷, essencial para o nascimento da *penny press*, sendo que a introdução do meio-tom facilitaria a impressão de fotografias (SCHUDSON, 1981, CAMPBELL, 2006, LAGE, 2008). A disponibilidade de tecnologias específicas estaria relacionada à existência de práticas jornalísticas: o embargo da coroa portuguesa a prensas no Brasil praticamente impediu jornais brasileiros antes de 1808⁵⁸. No

⁵⁶ Destaca Mouillaud (2012, p. 211) que “A informação [jornalística] é contemporânea do telégrafo elétrico que lhe deu seu formato, o do despacho de agências, uma sequência breve com estrita minimal; o despacho criou uma unidade de informação-standard dotada de um valor, à escansão telegráfica do tempo sucedeu-se a unidade epistolar das gazetas: as notícias múltiplas e variadas da correspondência, o despacho substituiu um assunto de informação única”

⁵⁷ No final do século XIX, o jornal estadunidense *The Journalist* apontou que a introdução da linotipo causou uma deterioração nos métodos de apuração jornalística (CAMPBELL, 2006). Tal ponto indica que a introdução das novas tecnologias também trouxe controvérsia.

⁵⁸ Uma pequena tipografia foi instalada no Recife em 1706, com o objetivo de imprimir letras de câmbio e orações, sendo proibida pela coroa portuguesa em junho daquele ano. Em 1746, um impressor de Lisboa mudou-se para o Rio e cria uma prensa na cidade, iniciativa rapidamente impedida pela metrópole. No entanto, o primeiro folheto impresso no Brasil foi impresso em sua tipografia. A primeira prensa oficial chega junto com a coroa portuguesa, nos porões do navio da corte fugida (SODRÉ, 1999).

entanto, também não havia condições sociais, econômicas ou políticas para a introdução da imprensa em um país cujos habitantes eram majoritariamente escravizados e analfabetos (SODRÉ, 1999). Afinal, como lembra Robert Park (1923), um jornal não é meramente impresso: precisa circular e ser lido⁵⁹.

Nos Estados Unidos, a partir do advento do telégrafo, um grupo de jornais de Nova Iorque fundou a *Associated Press* (AP) em 1848. A agência começa a distribuir informações a outras folhas por meio do telégrafo e, considerando a disparidade de seus clientes, passou a adotar um texto mais neutro, distanciado. No entanto, como aponta Schudson (1981), é equivocado presumir que a AP redefiniu o jornalismo estadunidense. Na imprensa daquele país, a introdução de técnicas de apuração e redação também está relacionada a um arranjo social, técnico e político muito específico que faz emergir o ideal de objetividade.

Como destaca Schudson (1981), nos anos 1830 o jornalismo nos EUA era opinativo, partidário, publicista – a própria ideia de notícia ainda não existia. No século XX, no entanto, o padrão era outro: surge um jornalismo reativo, “objetivo” e distanciado. Conteúdos emotivos deveriam ser suprimidos tanto na apuração como na redação das notícias, a fim de uma abordagem jornalística mais profissional (PARKS, 2018). A objetividade “passa a se identificar com uma mistura de estilo direto, imparcialidade, faturalidade, isenção, neutralidade, distanciamento, alheamento em relação a valores e ideologia”, como lembra Amaral (1996, p. 26). O termo aparece no jornalismo estadunidense no início do séc. XX, por volta de 1920 (KOVACH; ROSENSTIEL, 2001).

Até então, as notícias eram desprezadas, sendo tão somente “material em que editoriais eram fundamentados” (PARK, 1923, p. 284, tradução nossa⁶⁰). Dali até os anos 30 do século XX, a objetividade – que não é somente uma redação noticiosa distanciado e imparcial, mas uma norma moral e deontológica (SCHUDSON, 2001, p. 122-145) – torna-se padrão da produção jornalística. Há distintas perspectivas que explicam essa transição – abordagem

⁵⁹ Como reforça Marques de Melo (2007), o jornalismo brasileiro se constitui depois da Independência e é efetivado na Regência, quando o país alcança unidade territorial e linguística. Ali foram garantidas condições mínimas para a manutenção da imprensa nascente. Para Jorge (2013), o desenvolvimento da imprensa brasileira é marcado por quatro fases distintas: da “descoberta” do país ao *Correio Braziliense* de Hipólito da Costa (1500-1808), do jornalismo político à introdução da reportagem por João do Rio (1809-1900); a estruturação das empresas jornalísticas, a censura e a fundação das revistas modernas (1901-1990) e o jornalismo digital (1991-atualmente). Por sua vez, Sodré (1999) estabelece uma história da imprensa tupiniquim com base na organização social política do país. Como aponta Souza (2011), o autor parece diferenciar entre uma imprensa artesanal e a industrialização da imprensa brasileira, ainda que não o afirme explicitamente.

⁶⁰ The old-time journalist was inclined to have a contempt for news. News was for him simply material upon which to base an editorial” (PARK, 1923, p. 284)

econômica, social, política etc. (AMARAL, 1996, SCHUDSON, 1981, 2001) – no jornalismo estadunidense, que se materializa nas práticas de apuração, na estrutura da notícia e no ensino da profissão. Há, ainda, constrangimentos organizacionais, questões administrativas, ideológicas e econômicas que definem o que é e como é feito o jornalismo. Antes de abordar tais problemáticas, porém, cabe discutir o que é essa objetividade nascente.

4.1.2 A objetividade: trazer os distantes ou afastar-se?

O afastamento e o rompimento com posições políticas marcariam o novo padrão jornalístico que surgia no século XIX nos Estados Unidos. O distanciamento emocional, uma abordagem apartidária, a pirâmide invertida, a facticidade e o equilíbrio na cobertura demarcam o que se entendia por objetividade jornalística (MINDICH, 1998). Enquanto ritual estratégico (TUCHMANN, 1972), protege o repórter de críticas, já que esse se esconde nos procedimentos, em um uso judicioso das aspas, na apresentação de contraditório e de provas. A notícia ganha mais espaço do que o modo como é apurada – o repórter, suas impressões e intervenções, desaparece – e sua produção torna-se mais rápida e econômica (TRAQUINA, 2005b).

Estabeleceu-se que a informação jornalística deveria reproduzir os dados obtidos com as fontes; que os testemunhos de um fato deveriam ser confrontados uns com os outros para que se obtivesse a versão mais próxima possível da realidade (*a lei das três fontes*: se três pessoas que não se conhecem nem trocaram impressões contam a mesma versão de um fato que presenciaram, essa versão pode ser tomada como verdadeira); que a relação com as fontes deveria basear-se apenas na troca de informações; e que seria necessário; nos casos controversos, ouvir porta-vozes dos diferentes interesses em jogo (LAGE, 2008, p. 18, grifo no original).

Nessa perspectiva, o universo noticioso “é das aparências do mundo; o noticiário não permite o conhecimento essencial das coisas, objeto de estudo científico, da prática teórica, a não ser por eventuais aplicações a fatos concretos”, diz Lage (1987, p. 22). O fato jornalístico é produzido – não que o fato científico também não o seja, como apontou Latour (2001, 2019) –, o que demandaria uma negação da subjetividade de quem o produz. “No jornalismo, a objetividade não surgiu para negar a subjetividade, mas, sim, para reconhecer a sua inevitabilidade”. Parte-se da compreensão que o fato é construído de maneira “tão complexa e subjetiva que não se pode cultuá-los como expressão absoluta da realidade”, diz Pena (2007, não paginado). Há, portanto, uma perspectiva ontológica assimétrica, na qual defende-se que os fatos são construídos – também pela intervenção do jornalista – ao mesmo tempo em que se

argumenta que a objetividade do método permitiria chegar em uma construção mais adequada do fato⁶¹. É o fato-*fe(i)tiche*⁶², que sustenta as divindades dos Modernos.

Falar em construção dos fatos é “ressaltar que estamos diante de um tipo estranho de *repetição* durante o qual se perde a origem exata da ação”, aponta Latour (2019, p. 135, grifo no original). Há alguém que constrói, e daí outros atores passam a agir – seja indagando quem é o construtor, seja compondo a rede. “Dizer de uma coisa que ela é construída é tornar incerta a *direção* do vetor da ação”, continua Latour (2019, p. 135, grifo no original). Parafraseando Latour: o jornalista se debruça sobre o método para permitir que os fatos falem por si, mas recebe premiações por ser o autor daquela reportagem. Ora, se é o método quem produz o fato, a autoria é do jornalista?

Outro problema de defender a construção dos fatos é que “dizer de uma coisa que ela é construída significa introduzir um *juízo de valor*, não apenas sobre a origem da ação – duplamente difícil de estabelecer [...] – mas sobre a *qualidade* de construção” (LATOURE, 2019, p. 136, grifo no original). No entanto, ao falar em construção, os Modernos buscam distinguir o que existe independentemente de representação daquilo que é fruto de representação, de intervenção. O construtivismo erra porque não identifica quem são os atores, não consegue perceber o *vetor* da ação (quem age em que momento) e nem qualifica a rede (é bem construído?). Pelo contrário, “eles têm da criação, da construção, da produção uma ideia tão estranhamente bifurcada que chegam a pretender que devem *escolher* entre o real e o artificial”, conclui Latour (2019, p. 137, grifo no original).

No lugar de construção, Latour sugere a ideia de instauração, inspirada em Souriau. Tal noção reúne as características acima listadas: “a repetição do fazer fazer; a incerteza sobre a direção dos vetores da ação; a busca arriscada, sem modelo prévio, de uma excelência que resultará (provisoriamente) da ação”, pontua Latour (2019, p. 137-138). Isso só é possível, no entanto, quando a instauração permita “*uma oportunidade de encontrar seres suscetíveis de inquietar*”, como aponta o autor (LATOURE, 2019, p. 138, grifo no original). Importa mais

⁶¹ Trata-se de uma defesa muito fraca do jornalismo, como destaca Patterson (2013). Para o autor, o compromisso com o equilíbrio abre espaço para distorções, permitindo que declarações falsas sejam publicadas sem checagem prévia. Desse modo, o jornalismo pouco se preocupa com a veracidade da declaração da fonte, mas sim em registrar que a fonte disse aquilo em tal dia e horário. Passa-se a confundir objetividade com uma cobertura equilibrada, o que pode ampliar a repercussão de declarações falsas. O autor ainda critica a preferência por fontes oficiais, que piora a qualidade da reportagem.

⁶² “Enquanto fabricamos os fatos em nossos laboratórios, com nossos colegas, nossos instrumentos e nossas mãos, eles se tornariam, por um efeito mágico de inversão, algo que ninguém jamais fabricou, algo que resiste a toda variação de opiniões públicas, a todas as tormentas da paixão, algo que resiste quando se bate violentamente com a mão sobre a mesa, exclamando: “Aqui estão os fatos imutáveis!” (LATOURE, 2002, p. 39).

instaurar bem os fatos – garantir a qualidade da apuração e do texto, uma relação eticamente adequada com fontes etc. – do que questionar se a reportagem é ficção ou reproduz fielmente a realidade (como se fosse possível falar de algo sem mediação, sem os passes).

Os Modernos, que acham que apenas os outros creem e juram saber distinguir fatos de fetiches (LATOURE, 2002, 2019), creem no fato como resultado de um método que, tal qual um bom filtro de café, extrairia o fato sem modificar seu gosto – só que não haveria café sem tal coador. No entanto, “para a TAR, o fato surge em primeiro lugar da pontualização de uma alegação, quando uma proposição discursiva é tomada como certa por todos os atores (que é uma situação extremamente rara) esta caixa-preta discursiva é um fato”, destaca Holanda (2014, p. 123). O fato surge quando a controvérsia esfria, quando um corpo de documentos endossa uma afirmação, quando as cadeias de referência trazem os distantes: a verdade é diversa em cada um dos modos de existência e só pode ser percebida a partir da proposição adequada (LATOURE, 2019).

A ontologia assimétrica do jornalismo implica em um *conhecedor* e um *ser conhecido*; afunda no *duplo clique*, pois ignora os passes e mediações que permitem ir de um ao outro, alcançar os distantes. Tal distinção se equivoca pois considera que há uma subjetividade imanente, que não passa pelo outro, um mundo em que os atores não se entrelaçam; entende o objeto pela ideia desse objeto (*res extensa cogitans*); e considera a construção dos fatos, não sua adequada instauração – importa instaurar bem os fatos (LATOURE, 2019). Essa perspectiva de objetividade demanda que o método seja “objetivo”, capaz de distanciar a subjetividade do repórter (LIPMANN, 1920, SCHUDSON, 1978, PENA, 2007). Assim, se “notícias” e “matérias de interesse humano” eram quase sinônimos em manuais e na prática jornalística na virada do século XX, posteriormente são separados para que emoções e sentimentos fossem apagados do texto (PARKS, 2018).

No modo da referência, no entanto, a objetividade não está relacionada a afastar-se do objeto conhecido, mas trazer os distantes para perto (LATOURE, 2019). É o estabelecimento de *móveis imutáveis*⁶³ que permitam ir do fato ao relato, e vice-versa, encaminhar do mapa aos piquetes no monte *Aigille* e destes marcos de volta ao mapa. Afinal, “se não existe mediação,

⁶³ “No primeiro sentido, a expressão “móveis imutáveis” resume o esforço da história e da sociologia da ciência para documentar o desenvolvimento das técnicas de visualização e de INSCRIÇÃO que estão no núcleo da vida científica desde a tímida origem da geometria grega [...] até sua formidável extensão de hoje; no segundo sentido, a mesma expressão designará o *resultado final* de uma correspondência que seria *sem* qualquer descontinuidade visível. Claro que ambos os sentidos são *verdadeiros ao mesmo tempo* porque o efeito das séries descontínuas de referência tem como produto final o percurso contínuo da visada que permite o acesso sem dificuldades de seres distantes – mas só quando tudo está em seu lugar” (LATOURE, 2019, p. 73).

não existe acesso”, como explica Latour (2019, p. 74). Conhecer é pagar pelas inscrições, é passar de uma à outra, deslocar-se nessa cadeia de mediações e instrumentos de acesso.

Nesta perspectiva, não há quem conhece e objeto conhecido, já que ambos são produzidos no alongamento e intensificação dessas cadeias de referência. “Na verdade, se usamos tão facilmente a expressão “correspondência” entre os dois é porque eles provêm de fato da *mesma operação*, como as faces da mesma moeda”, diz Latour (2019, p. 78). As cadeias de referência tampouco podem substituir o que conhecem, já que não há coisa *em si*, mas uma relação entre distantes: o que conhece é conhecido e vice-versa.

O discurso de objetividade no jornalismo, no entanto, insiste na distinção entre conhecedor e coisa conhecida, implica em uma *res extensa cogitans*. Mas, no âmbito da prática jornalística, outra operação surge: para falar de um tema, repórteres recorrem a fontes específicas, que são convocadas para relatar o ocorrido, documentos que são utilizados para fazer conhecer a algo. De um modo quase frágil, o jornalismo produz cadeias de referência, ainda que seu discurso sobre a objetividade ressalte um afastamento do que se pretende conhecer e não uma aproximação. Ao falar da objetividade, jornalistas se rendem ao *duplo clique*, mas ao desenvolver os relatos, precisam pagar pelas mediações e passes da correspondência.

Como argumentou-se anteriormente, o *duplo clique* jornalístico se manifesta em sua ontologia assimétrica, que entende que há um conhecedor e um conhecido, assume que a subjetividade é imanente e defende a *construção* dos fatos. Primeiramente, é importante retirar a subjetividade do repórter dele mesmo, de sua essência. Não se questiona que a subjetividade está inserida (*embodied*) em um corpo e em uma cultura (ROLNIK, 1997, SIBILIA, 2008). É justamente por isso que ela não é transcendente, mas imanente, pois uma associação, um entrelaçamento entre esse corpo, outros humanos e objetos (LATOURE, 2019).

A subjetividade é compreendida pelo modo da metamorfose [MET], atravessada pelas redes [RES]. Por meio das mutações, emoções e transformações (trajetória), a metamorfose instaura divindades, influências e psiques buscando explorar as diferenças (LATOURE, 2019). Assim como a objetividade é construída pelas cadeias de referência [REF], a subjetividade é construída pelos seres da metamorfose, uma rede que produz intimidade: “psicotrópicos, drogas alucinógenas, confissões públicas, profissões psicanalíticas, filmes de terror, jogos eletrônicos” (LEMO, 2015, p. 10-11). Dessa forma, a subjetividade (como todos os seres e seus modos) passa por outros (humanos e objetos)⁶⁴, pois é isto existir (LATOURE, 2019) – o que torna

⁶⁴ Como comenta Lemos (2015, p. 11), “Não se trata de dizer que não há sujeito, mas que a interioridade é produzida e visível do exterior. Sentimos os seres da metamorfose em nossa experiência diária, pois somos

completamente míope defender uma ontologia em que há um *ser que conhece*, capaz de intervir no processo de conhecimento com seus “valores preexistentes”, e um *ser conhecido*, totalmente assujeitado ao preconceito de seu “colonizador” e incapaz de intervir no processo de “conhecimento”.

Lipmann (2015) destacava o problema da correspondência entre as imagens mentais sobre o mundo (a ideia sobre o mundo) e o mundo em si. Argumentava, por exemplo, que a propaganda é um esforço para modificar as imagens mentais que um sujeito tem sobre o mundo, a partir das quais toma decisões. Isso ressalta o problema da dicotomia *conhecedor/conhecido*, que se pauta em uma *res extensa cogitans*. Quando se “conhece” a ideia sobre o objeto e não o objeto em si, é possível argumentar por novas ideias distintas – tal processo, contudo, não considera que o conhecido e o conhecedor se entrelaçam e se transformam ao se relacionarem.

No modo da referência [REF], só é possível conhecer por meio de diferentes instrumentos de acesso e de correspondência. Um microscópio eletrônico, um ótico e um binóculo dão diferentes formas de se aproximar de um objeto, definindo o modo como se conhece. Não se cogita sobre a natureza material do objeto, ela é percebida/produzida por meio das cadeias de referência, num jogo de passes e mediações. A correspondência entre o texto jornalístico e o mundo que ele procura abarcar depende da qualidade das referências convocadas e produzidas por meio dos instrumentos de acesso. Tome-se, por exemplo, as distintas estruturas da notícia e da reportagem: enquanto o texto noticioso deve ser redigido na pirâmide invertida, a reportagem pode adotar também uma abertura narrativa ou cronológica (SODRÉ; FERRARI, 1986) – o que forma diferentes relatos e interpretações possíveis. Por outro lado, quando se prefere fontes oficiais em detrimento de fontes testemunhais, por exemplo, o texto pode defender o interesse de governantes. O tipo de fonte consultada, as perguntas feitas, a forma como o texto é redigido: tudo isso implica em formas distintas de aproximar-se do fenômeno relatado.

Há outra miopia que se pode identificar: jornalistas escrevem para um público fantasma, que não conhecem, mas supõem existir (DARTON, 1990, LIPMANN, 2015). “Quaisquer que sejam suas “imagens” e “fantasias” subliminares, os jornalistas têm pouco contato com o público em geral e não recebem quase nenhum retorno dele”, aponta Darton (1990, p. 81). Tem-se, então, um *ser conhecedor*, um *ser conhecido* e um *ser para quem se*

tomados por coisas que nos arrebata. Elas não são reflexos de um interior já dado, mas movimento de instauração pelos MET que precisam da nossa atenção para existirem. Se não somos “assujeitados”, os seres da metamorfose morrem. Os modernos não reconhecem isso, como se não existisse nenhuma relação entre o “eu” e as entidades necessárias à sua fabricação (é essa a ação do DC)”.

relata o conhecimento. Esse público para quem se escreve não existe, é imaginado (LIPMANN, 2015). Jornalistas escrevem para si mesmos, como explica Traquina (2005a).

O capítulo 2 apresentou parte do debate teórico sobre tal público e sua opinião. Vale retomar que é o interesse desse público (imaginado) que justificaria a seleção noticiosa e as rotinas jornalísticas. “Caso a opinião pública mantenha, no futuro, a importância que tem tido, [...] os jornais devem continuar a nos falar de nós mesmos [...] As notícias locais são o material com o qual a democracia é feita”, defende Park (1923, p. 278, tradução nossa⁶⁵). Porém, como ressalta Tarde (2005), o público dos jornais é uma entidade virtual, que não se reúne, exceto ao lerem o mesmo periódico, é a união dos leitores. Esse público fantasma justificaria a existência do jornalismo, que garante sua importância para a sociedade democrática (TRAQUINA, 2005a). Tal multidão também define o relato jornalístico, já que é necessário “comunicar através das fronteiras de classe, étnicas, políticas e sociais existentes em uma sociedade” (TRAQUINA, 2005a, p. 46). Dessa forma, são adotados palavras, frases e parágrafos curtos, uma sintaxe enxuta, concisão e metáforas para facilitar a compreensão (TRAQUINA, 2005a).

Há um problema nesta perspectiva: o texto jornalístico – e o jornal, o *site*, ou o programa de rádio ou TV em que é apresentado⁶⁶ – torna-se, ele mesmo, um instrumento de acesso que aproxima os distantes. O leitor não é o *ser para quem se relata o conhecimento*, mas é o ser que *conhece* e é *conhecido* por meio da correspondência. Por essa perspectiva, pagar pelas mediações (descrever os procedimentos de apuração e a metodologia de pesquisa jornalística) é muito mais relevante do que a proposição de uma objetividade que elimine híbridos. A subjetividade do repórter, do leitor, das fontes, as características do método jornalístico, as limitações do gênero textual, tudo isso produz uma forma de conhecer.

Pode-se argumentar, como faz Traquina (2005b), que a objetividade no jornalismo nunca foi uma negação da subjetividade e que surge por uma lógica relativista, porque já não era possível confiar nos fatos por si: a experiência da propaganda na I Guerra Mundial e a introdução das relações públicas colocam em xeque tal confiança (AMARAL, 1996, SCHUDSON, 1981, TRAQUINA, 2005b). “Com a ideia da objetividade, os jornalistas

⁶⁵ “If public opinion is to continue to govern in the future as it has in the past, if we propose to maintain a democracy as Jefferson conceived it, the newspaper must continue to tell us about ourselves [...] Local news is the very stuff that democracy is made of (PARK, 1923, p. 278).

⁶⁶ McLuhan (2002) argumenta que a mensagem de um meio é relevante por ser, ela também, um meio. O jornal é, de fato, um dispositivo (MOULLIAUD, 2012); mas também o texto jornalístico o é. Há padrões de apuração específicos para cada formato, assim como estruturas distintas de redação e apresentação no jornal / radiojornal / telejornal / jornal on-line: um editorial não precisa convocar fontes, enquanto uma reportagem exige sua consulta. Além disso, cada um dos gêneros e formatos do jornalismo ocupa porção distinta do veículo noticioso: no impresso, por exemplo, o editorial ocupa páginas internas, a crônica acompanha o caderno de cultura e a reportagem é apresentada, normalmente, no primeiro caderno.

substituíram uma fé simples nos fatos por uma fidelidade às regras e aos procedimentos criados para um mundo no qual até os fatos eram postos em causa”, afirma Traquina (2005b, p. 138). No entanto, ressaltou-se, anteriormente, que a objetividade jornalística erra ao considerar uma subjetividade imanente, uma ontologia plana em que o objeto / fato não altere o relato e, principalmente, porque cria um fato *fe(i)tiche*. Equivoca-se quando acredita que os fatos criados pelo método jornalístico são fatos “imutáveis”, mais verdadeiros – esquecendo-se que são produzidos.

Pode-se parafrasear Latour (2002): os fatos jornalísticos são produzidos nas redações, mas os repórteres defendem que ninguém os fabricou. Tome-se o *lead*, que Tuchman (1972) indica como o procedimento mais problemático de objetividade jornalística. O repórter escolhe como apresenta o *lead*, decide a que característica do acontecimento (quem, fez o quê, quando, onde, por que e como) dará destaque. Ao contar uma história enfatizando *quem* ou *onde*, o repórter define em que ator quer centralizar a ação: decide se dá ênfase ao criminoso, ao local do crime, à motivação, à vítima ou ao horário em que tal fato aconteceu.

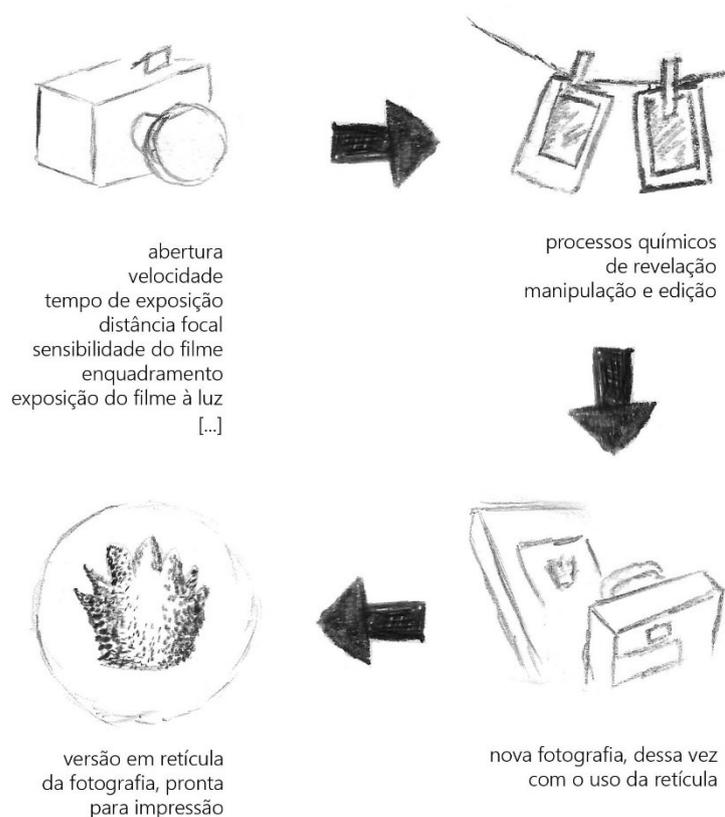
Assim como os Modernos, o jornalismo não pode evitar os passes, as mediações que permitem conhecer algo (ver LATOUR, 2002). Mais uma vez, vale retomar: os instrumentos de acesso definem “o horizonte da verdade” jornalística. As restrições do *lead* e da pirâmide invertida (hierarquização da informação, roteiro de perguntas e de apresentação do fato, dentre outras) não tornam o jornalista livre das sendas da metamorfose. Nem sustentam uma diferença ontológica entre ele, aquilo que busca conhecer e que instrumentos utiliza nesse processo: o repórter, seu *lead* e seu leitor têm, a princípio, a mesma “influência” sobre o fato/relato produzido.

Dessa forma, a objetividade jornalística é produzida materialmente, quando se convocam cadeias de referência produzidas por instrumentos de acesso específicos. Resulta das dobras da técnica, que complica (no sentido de adicionar mais “dobras”, complexificar) cada etapa da produção noticiosa. Um exemplo é a edição do *New York Times* de 1889 que prometia ao leitor que ele veria mais do baile real do que a própria rainha Vitória havia visto – a hipermediação⁶⁷ de Bolter e Grusin (2000) já estava ali presente. Por meio do instrumento de acesso – a fotografia, as retículas etc. – se relata o baile pagando os passes e mediações que permitem a formação de *móveis imutáveis*.

⁶⁷ É a multiplicação das mídias e seu uso, como destaca Martino (2015). Bolter e Grusin (2000) apontam que é um resultado da imediação – a imediação sendo a aparência de transparência das mídias, que fazem parecer que não há mediação; assim, quando vemos uma imagem na TV temos a impressão de que não há mediação, que não há um aparato modificando tal contexto. Só que, para garantir essa aparente transparência, mais aparatos são necessários, o que implica na hipermediação.

Para ser impressa, uma fotografia precisava ser fotografada em retículas, cuja densidade dependia da qualidade do papel, do parque gráfico e da tinta. A imagem capturada já havia sido exposta em um filme por meio da luz, precisa ser revelada, fotografada novamente sob a retícula e, então, impressa. O instrumento de acesso *fotografia impressa no jornal* exigia tal trajetória, tais passes. Não há perda da “aura” – que nem existe de forma imanente –, mas sim a montagem de móveis imutáveis que carregam o leitor do *New York Times* ao baile da rainha Vitória.

Imagem 32 - Processo de produção de vinhetas para impressão de fotografias



Fonte: elaborado pelo autor com base em Araújo (2008).

Por sua vez, a pirâmide invertida, o *lead*, a entrevista e diversas outras técnicas do jornalismo também permitem essa correspondência, também são instrumentos de acesso. A objetividade jornalística deve ser percebida não pelo discurso, mas sim pelo modo como estas ferramentas são utilizadas para permitir ir do fato ao relato – e vice-versa. Cada um desses instrumentos de acesso é, também, uma bifurcação, exigem a seleção de aspectos específicos do fato que serão ou não objeto da matéria.

Por fim, vale apontar as disparidades entre os discursos sobre a objetividade jornalística e científica. “Três das funções jornalísticas propostas por Schudson – informação, impacto e contexto – são compartilhadas [com a ciência], mas, sob um olhar atento, observa-se que apenas superficialmente”, postulam Winston e Winston (2021, p. 110, tradução nossa⁶⁸). Para os autores, o jornalismo se preocupa com a moral pública, a empatia social e mobilizar a população, assim como se interessa pelo lucro e atrair interesse das massas. As ciências duras, argumentam, teriam a pretensão de previsibilidade e generalização dos fenômenos. Por fim, o jornalismo não se preocupa com a repetibilidade, mas com a emergência do novo – objeto da notícia (WINSTON; WINSTON, 2021).

Tal consideração é um resultado direto do *duplo clique*. O modo como a objetividade científica é produzido e os discursos da ciência sobre sua objetividade são díspares, como destaca Latour (2001, 2002, 2019). A ciência produz *fe(i)tiches*, assim como também o faz o jornalismo com seus relatos. Os discursos sociais sobre os objetivos da ciência e do jornalismo são, de fato, distintos, mas isso não implica numa distinção muito significativa no modo como se conhece. Afinal, o conhecimento científico e o jornalístico (ao menos em alguns gêneros e formatos) são produzidos por meio das cadeias de referências [REF] e se distinguem pela extensão dessas cadeias (MARTINE; DE MAEYER, 2019). É necessário, portanto, diferenciar o discurso sobre a objetividade dos instrumentos materiais que a produzem.

Quando se insiste em uma objetividade jornalística que afasta as coisas – produzindo uma *res extensa cogitans* –, ignora-se que é a extensão das cadeias de referência que tornam algo verdadeiro, não seu ocultamento. Uma reportagem de Janet Cooke, do *The Washington Post*, ganhou o Pulitzer em 1981. Narrava a história de uma criança de 8 anos viciada em heroína, assim como seus pais e avós – um exemplo da destruição que a droga causa em diversas populações. Ocorre que a repórter nunca entrevistou o menor que, tampouco, existia. “O escândalo revelou que o fundamento do processo noticioso é a confiança que permite a autoridade de determinar os fatos”, comenta Eason (1986, p. 432, tradução nossa⁶⁹). Ora, tal erro é resultado de um *salto mortal* que reconheceu o que disse a repórter sem, primeiramente, consultar se a referida entrevista de fato ocorreu. É replicado pelo escândalo da Escola Base e pela história grotesca da Grávida de Taubaté: o “método” objetivo do jornalismo é engolido

⁶⁸ Three of Schudson’s six journalistic functions – information, impact, and context – are shared but, closer inspection reveals, only rather superficially (WINSTON; WINSTON, 2021, p. 110).

⁶⁹ No original, “The scandal revealed the foundation of the news process to be a trust that sustains the authority to determine the facts” (EASON, 1986, p. 432).

pelo discurso sobre o próprio método – entrevistar fontes oficiais é suficiente, uma ultrassonografia é prova de uma múltipla gestação. É mais relevante conferir o processo de apuração – os instrumentos de acesso e a criação de referências – do que insistir numa objetividade *fe(i)tiche*. É justamente a extensão das cadeias de referência que permite apontar se um conhecimento é ou não bem instaurado (LATOURE, 2019).

4.1.3 O jornalismo como seleção

All the news that's fit to print. A dupla seleção prevista no *slogan* do *New York Times* ressalta que a notícia é submetida ao espaço de publicação e às concepções editoriais do periódico. Quando chega ao público, o jornal é resultado de diversas escolhas: que conteúdo será impresso, qual o tamanho da mancha gráfica por ele ocupado, em que página e posição, que angulação (LIPPMANN, 2015). “Em uma cidade onde tudo acontece todos os dias, não é possível registrar um incidente irrelevante, qualquer alteração na rotina da vida urbana”. Pode-se selecionar fatos mais significativos e produzir um “relato impessoal dos costumes e da vida” (PARK, 1923, p. 277, tradução nossa⁷⁰).

A notícia é uma tecnologia que instaura o mundo, que determina um olhar específico para um fato. “Ao relatar um acontecimento, os *media*, além do acontecimento relatado, produzem ao mesmo tempo o relato do acontecimento como um novo acontecimento que vem integrar o mundo”, destaca Rodrigues (1999, p. 31). Sua produção envolve três fases: seleção dos eventos; ordenação dos eventos; e nomeação (LAGE, 1987). Historicamente, o processo de seleção é atravessado por constrangimentos organizacionais, questões econômicas, valores sociais e individuais do jornalista, o dia noticioso, dentre outros fatores (TRAQUINA, 2005b).

Na Idade Média, as folhas volantes continham uma seção de notícias “curiosas”, que reuniam acontecimentos excêntricos e bizarros. Em 1616, um terço dos 25 livros noticiosos que circularam era dedicado a personalidades, como reis; outro, a assassinatos; e o último terço apresentava variedades (TRAQUINA, 2005b). Com o “novo jornalismo” da *penny press*, “competia ao próprio jornal andar atrás da “notícia”; era preciso encher o jornal com notícias que poderiam interessar os leitores”, reforça Traquina (2005b, p. 56). Surge a figura do repórter – o correspondente de guerra aparece na segunda metade daquele século (TRAQUINA, 2005b)

⁷⁰ “In a city where everything happens every day, it is not possible to record every petty incident, every variation from the routine of the city life. It is possible, however, to select certain particularly picturesque or romantic incidents and treat them symbolically, for their human interest rather than their individual or personal significance. In this way, news ceases to be wholly personal and assumes the form of art. It ceases to be the record of the doings and becomes an impersonal account of manners and life” (PARK, 1923, p. 277).

e o repórter, entre as décadas de 80 e 90 do século XIX (SCHUDSON, 1981) – e a divisão do trabalho jornalístico. Diferentes concepções de interesse público determinavam o conteúdo dos jornais.

No entanto, pouco se falava em valores-notícia até o final do século XIX: eles começam a ser listados em manuais de jornalismo no início do século XX, e se tornaram objeto de pesquisa científica no meio do século (PARKS, 2019). A *penny press* dava preferência a relatos de crimes, assim como uma abordagem sensacionalista de outros assuntos (MINDICH, 1998). O *jornalismo de ação* do *The New York World* chegou ao ponto de auxiliar a fuga de Evangelina Cisneros, presa na *Casa de Recogida* de Havana, em uma Cuba sob domínio espanhol. Por sua vez, o *The New York Times* apostava em um jornalismo mais contido, restrito a uma cobertura menos apaixonada dos acontecimentos (CAMPBELL, 2006).

Em uma análise de 75 manuais e livros de jornalismo publicados nos Estados Unidos desde 1894, Parks (2019) indica que oportunidade, proximidade, proeminência, extraordinário, impacto, interesse humano e conflito são os valores-notícia que mais se repetem. Nesse sentido, o “interesse humano” emerge como um valor-notícia que reforça a separação entre *hard news* e conteúdos emotivos: no relato do cotidiano, a emoção é expurgada, estando restrita a conteúdos especiais (PARKS, 2018). A emergência da reportagem, marcada pela humanização do relato – com a narrativa humanizada dos fatos por meio da inserção de personagens – abriria espaço para as histórias de interesse humano, como se discutiu anteriormente. Destaque-se, contudo, que a objetividade jornalística prevê um relato que restringe a emoção, já que exclui a subjetividade e propõe um repórter que conhece o fato assujeitando-o a si mesmo.

A pauta é um instrumento importante na seleção noticiosa. Adotada na *Time* desde o início do século XX, seu uso “generalizou-se nos jornais diários brasileiros na esteira da reforma editorial iniciada, na área gráfica, pelo *Última Hora* e, na questão do tratamento do texto, pelo *Diário Carioca*, no Rio de Janeiro – todos na década de 1950” (LAGE, 2008, p. 31). A reunião de pauta é um encontro rotineiro de veículos jornalísticos, no qual se define que conteúdos serão noticiados, sob qual angulação e quais recursos utilizados em tal cobertura. A linha editorial, o dia noticioso – quantidade de eventos previstos para o dia -, a disponibilidade de recursos financeiros e humanos, a consonância, a concorrência e outros fatores definem aquilo que é ou não selecionado (TRAQUINA, 2005b).

Uma das consequências da industrialização do jornalismo foi a reprodução das divisões do impresso na organização física da redação. O formato impresso do jornal implicou em um modelo específico de redação, que perduraria até as redações on-line, fundamentado na divisão em editorias e funções, cada um em sua “página” – ou seção específica no escritório da

redação. Ao relatar sua experiência no *The New York Times* na década de 70 (séc. XX), Darton (1990) aponta que existia a redação possuía uma disposição geográfica baseada na função e na hierarquia⁷¹. O lugar que o jornalista ocupava na redação permitia inferir seu *status* profissional e o quão respeitado era pelos seus editores. Cabe apontar que as editoriais têm influência nas rotinas produtivas, já que jornalistas a elas assignados dedicam seus esforços para manutenção de uma rede de fontes e da aplicação de sua força de trabalho para produção de notícias específicas para aquela área (HALL *et al.*, 1982).

De modo semelhante, a disposição da matéria no impresso depende de sua qualidade, aferida pelo editor. Também implica nas pautas que serão atribuídas ao jornalista futuramente: se teve sucesso em um texto anterior, pode receber atribuições mais adequadas. Em caso negativo, pode ser vítima de edições severas, não ser publicado ou tornar-se responsável por matérias com menor importância. Isso resulta, aponta Darton (1990), em um sistema de reforço positivo e negativo.

Nesse sistema, “o jornalista se conforma mais com as normas editoriais da política editorial da organização do que com quaisquer crenças pessoais que ele ou ela tivesse trazido consigo”, como destaca Traquina (2005b, p. 152). No entanto, tais normas não lhe são contadas quando ele começa a trabalhar no jornal, nem nunca lhe serão ditas. De tal forma, cabe ao repórter aprender a identificar o que seus superiores esperam, de modo a ser recompensado por seu trabalho, e não punido (BREED, 1955). “O imediatismo e a irregularidade dos reforços no processo de cobertura-publicação significam que ninguém, salvo alguns luminares, pode ficar seguro em relação a seu *status* na sala de redação” (DARTON, 1990, p. 76, grifo no original).

O repórter que cobre assassinatos é punido sendo obrigado a cobrir necrotérios – assim diz a mitologia das redações. Mas outras sanções – mais comuns – existem: a reescrita ou corte do texto; a colocação da matéria em páginas interiores do periódico, sem destaque; ou a

⁷¹ “Existem elementos estruturais no sistema hierárquico dentro da sala de redação, como é indicado pela sua disposição. O editor-chefe exerce seu comando num escritório, e os editores assistentes dirigem grupos de “editorias” (a editoria de Exterior, a editoria de Nacional, a editoria de Cidades ou “metropolitana”) numa extremidade da sala, que se destaca pela disposição diferente dos móveis e fica encerrada atrás de uma divisória de pequena altura. Na outra extremidade, mesas e mais mesas enfileiradas de repórteres ficam de frente para os editores atrás da divisória. [...] A função determina alguns lugares: os esportes, os portos e marinha mercante, a “cultura” e a “sociedade” têm seus cantos próprios, e os preparadores ocupam lugares acessíveis logo ao lado. Mas, aos olhos do iniciado, as linhas gerais do sistema hierárquico se destacam com a mesma nitidez de um lema de bandeira. [...] Um repórter que continua a receber boas coberturas durante várias semanas está destinado a se mudar para uma mesa mais próxima da extremidade da sala, onde fica o editor, ao passo que o jornalista que faz constantemente matérias ruins ficará estagnado em sua atual posição ou será exilado para o Brooklyn, para a “sociedade” ou o “barraco de West Side” (uma divisão policial agora extinta e substituída em suas funções por Nova Jersey). O jornal de cada dia mostra quem ficou com as melhores tarefas. É um mapa, que os jornalistas aprendem a ler e a comparar com seus mapas mentais da seção de Cidades, num esforço de saberem onde se situam e para onde estão indo” (DARTON, 1990, p. 72-73).

publicação do texto sem a assinatura do jornalista (BREED, 1955). Jornalistas se conformam à norma editorial por temerem sanções; por laços de amizade com os chefes; pelo desejo de serem promovidos; pela ausência de conflito no ambiente de trabalho; por terem prazer em sua atividade; e por considerarem que conseguirem mais notícia é mais relevante que contestar a política editorial. Mas é possível sair pela tangente: isso porque as normas editoriais não são explícitas, sendo vagas e desestruturadas; os jornalistas podem selecionar quem conta a história, que perguntas fazem, o que anotam e que angulação dão ao texto; pode-se encaminhar a matéria apurada a um amigo, que a publica em outro jornal, tornando-a difícil de ser ignorada; na ronda, o repórter pode ignorar determinados eventos que corroboram a política editorial; e, por fim, jornalistas mais renomados podem transgredir tais normas⁷² (BREED, 1955; TRAQUINA, 2005b).

Assim, “[...] as notícias devem ser interpretadas como o resultado de acordos – implícitos ou explícitos – entre os agentes das redes (*networks*); e como as redes profissionais são elas mesmas entremeadas com os estabelecimentos políticos e sociais” (MOUILLAUD, 2012, p. 73). Nessa dinâmica, a seleção noticiosa instaura um mundo. Termos escolhidos para relatar o fato, a ordem em que são indicados e os fatos selecionados para cobertura apontam “a existência de juízos de valor fundamentados em critérios partilhados por uma comunidade de palavra com um conjunto de definições de critérios, a existência de juízos de valor fundamentados em critérios partilhados por uma comunidade” (RODRIGUES, 1999, p. 32). O fato é conhecido por instrumentos de acesso específicos – estrutura do texto, técnicas de entrevista, consulta a documentos etc. – mas seu relato é determinado pelo repórter – que busca ocultar-se do relato, ainda que dele se faça presente. Isso porque

A retórica da notícia é referencial [função referencial da linguagem], por definição. Nisto ela se opõe à publicidade, que tem retórica conotativa. O modo verbal da notícia é, portanto, o indicativo, enquanto, nos anúncios, predomina o imperativo, ainda que por variantes estratégicas. [...] Sendo uma construção retórica referencial, a notícia trata das aparências do mundo. Conceitos que expressam subjetividade estão excluídos: não é notícia o que alguém *pensou, imaginou, concebeu, sonhou*, mas o que alguém *disse, propôs, relatou ou confessou*”. É também axiomática, isto é, se

⁷² De forma resumida, apresenta-se a *teoria organizacional do jornalismo*, que entende que “o trabalho jornalístico é influenciado pelos meios de que a organização dispõe. [...] Devido aos custos e à lógica do lucro, são impostos constrangimentos ao trabalho jornalístico pelo orçamento da empresa. [...] Assim, a extensão da rede que a empresa coloca para “captar” os acontecimentos e as problemáticas não pode deixar de estar relacionada com os recursos econômicos da empresa jornalística. A produção de notícias é influenciada pela repartição dos recursos da empresa jornalística”, diz Traquina (2005b, p. 158-159). Ademais, a linha editorial é um marco para o que será ou não produzido, visto que jornalistas temem constrangimentos organizacionais (BREED, 1955). Tal perspectiva aponta elementos interessantes para a investigação empreendida nesta tese, mas não pode ser tomada *a priori* como válida para o que aqui se analisa. Na etapa de entrevistas, foram inseridas questões para identificar constrangimentos econômicos e editoriais na produção das checagens.

afirma como verdadeira: não argumenta, não constrói silogismos, não conclui nem sustenta hipóteses. O que não é verdade, numa notícia, é fraude ou erro.

A ideia da verdade está, aí, restrita ao conceito clássico de adequação do enunciado aos fatos. Do ponto de vista técnico, a notícia não é avaliada por seu conteúdo moral, ético ou político; o que importa é se *de fato aconteceu aquilo* ou, no caso de uma entrevista, se o entrevistado *realmente disse aquilo* (LAGE, 1987, p. 25, grifo no original).

Diante de acusações feitas pelo então presidente dos Estados Unidos, Donald Trump, de que seu jornalismo publica conteúdos falsos, o *The New York Times* adotou estratégias discursivas específicas. Apoiou-se em avaliações morais, dizendo que seu jornalismo é criticado porque é combativo, mas aponta que tais acusações dirimem a atuação jornalística como quarto poder. O jornal utilizava sarcasmo e deslegitima a atuação governamental de Trump, enquanto também afirmava que tais acusações são semelhantes a estratégias de regimes autoritários para suprimir o pensamento crítico. Por fim, o periódico dizia que as acusações são respostas irracionais à reportagem profissional ou que não se sustentam factualmente (LISCHKA, 2017). Tal exemplo explicita como o jornalismo se reafirma pelo “discurso” sobre seu próprio método – o que foi demonstrado por Tuchmann (1972) e é discutido na seção 4.1.2. No entanto, esse *fato-fe(i)tiche* oculta as seleções, a influência da linha editorial, as pressões econômicas e outros fatores que implicam no produto do jornalismo.

4.1.4 Arranjos econômicos e técnicos no jornalismo

Em 2020, a associação *Médicos pela vida* publicou informes publicitários em periódicos brasileiros de grande circulação em todas as regiões do país, como a *Folha de S. Paulo*, o *Globo*, o *Jornal do Comércio*, o *Correio Braziliense*, o *Correio**, dentre outros. Nos anúncios, defendia a administração de medicamentos comprovadamente ineficazes contra a Covid-19, como a hidroxicloroquina. Os mesmos jornais que publicavam diariamente textos apontando a ineficácia do tratamento precoce aceitaram o informe que defendia o uso de tais drogas. A Comissão Parlamentar de Inquérito da Covid-19 (CPI da Covid) apontou que tais publicações foram financiadas pela Vitalmedic, farmacêutica que produz remédios como a hidroxicloroquina.

Pressões econômicas coproduzem a verdade jornalística. O jornalismo publicista era financiado por assinaturas daqueles partidários da opinião do editor (LAGE, 2008), realidade distinta da *penny press* e seu modelo de negócio pautado em um jornal atraente pelo conteúdo sensacionalista (SCHUDSON, 1981, CAMPBELL, 2009). A introdução da linotipia, que reduziu os custos de produção; a profissionalização do jornalismo, com a criação de gerências responsáveis para angariar anúncios para o jornal; a crescente urbanização e alfabetização; a I

Guerra Mundial e a introdução da propaganda: todos esses fatores ressignificaram as relações entre conteúdo jornalístico e financiamento.

Lippmann aponta que o consumidor do jornal não se sente obrigado a pagar pelas notícias, realizando pagamentos eventuais quando isso lhe agrada e pode comprar outro quando aquela primeira folha não lhe apetece (LIPPMANN, 2015). Como o leitor não está acostumado a pagar pela seleção noticiosa e outras rotinas produtivas, os jornais precisam capitalizá-lo, considerando-o como “circulação”: esse número pode ser apresentado a empresas, como argumento para angariar anúncios. O jornal, entretanto, é pensado para esse público pagante, já que não pode prescindir de sua existência. (LIPPMANN, 2015). Mais uma vez, tal público fantasma coproduz o conteúdo jornalístico.

Vale ressaltar que o leitor espera que o jornal lhes ofereça a verdade, mesmo se a verdade não garante a sustentabilidade econômica ao periódico (LIPPMANN, 2015). Ao relatar as consequências financeiras das reportagens sobre o Watergate, a então proprietária do *The Washington Post*⁷³, Katherine Graham, apontou o elevado custo da liberdade de imprensa. Em artigo publicado na *New York Magazine* três meses após a renúncia de Nixon, Graham contou que gastou milhões para defender o jornal na justiça estadunidense e garantir as concessões de TV de sua propriedade. A ex-proprietária do *Post* destacou que é perigoso que jornalistas se considerarem heróis, visto que o periódico precisa se sustentar economicamente e a liberdade de imprensa tem elevados custos econômicos (WHITAKKER, 2019).

O financiamento dos jornais determinava a existência das folhas publicistas, já que o editor era também repórter e compositor. Por sua vez, as folhas da *penny press* instauram um escritório específico para gestão de anúncios e publicidade, que se torna uma renda extra para os periódicos (SCHUDSON, 1981). Naquele contexto, jornalistas recebiam por linha redigida, o que os levava “a “esticar” as notícias, porque o jornalista era pago consoante o tamanho das mesmas [...] contribuía também para mais sensacionalismo nas notícias porque assegurava melhores hipóteses de publicação”, explica Traquina (2005b, p. 79).

Os constrangimentos financeiros influenciam na seleção noticiosa. “A extensão da rede que a empresa coloca para “captar” os acontecimentos e as problemáticas não pode deixar de estar relacionada com os recursos econômicos da empresa jornalística”, como destaca Traquina (2005b, p. 159). Indica-se, por exemplo, o custo de operação das rotativas e o controle governamental do papel jornal – por meio de isenção de impostos a editoras e gráficas –, que definem o impresso.

⁷³ Atualmente, o jornal é de propriedade de Jeff Bezos, dono da Amazon.

As primeiras folhas eram vendidas para assinantes, sendo que apenas a *penny press* conseguiu estabelecer-se por meio da venda avulsa e publicidade – destaca-se o departamento de publicidade criado por Hearst em seus jornais (SCHUDSON, 1981). A literatura destaca as relações entre jornalismo e publicidade e, ainda, os aspectos mercadológicos da produção noticiosa (MEDINA, 1978, SCHUDSON, 1981).

Neste sentido, vale ressaltar os constrangimentos e assimetrias relacionados ao Facebook *Journalism Project* e seu convênio de verificação. A plataforma começou a implantar o *Instant Articles* em 2014, que permitia a leitura de textos jornalísticos no próprio aplicativo e reduzia o tempo de carregamento da página. Nesse contexto, o Facebook se oferecia como infraestrutura para produção noticiosa. Já em 2017, passou a oferecer treinamentos, a coordenar atividades jornalísticas e oferecer infraestrutura para produção e disseminação de conteúdo jornalístico (JURNO, 2020). Tais acordos são fonte de financiamento de redações, mas tal assimetria financeira gera constrangimentos editoriais e organizacionais (JURNO; D'ANDRÉA, 2021).

Em fevereiro de 2018, a *Folha de S. Paulo* anuncia que iria deixar o Facebook, já que sua visibilidade havia sido reduzida e os usuários passaram a utilizar mecanismos de busca, com o Google, para acessar o portal. Por sua vez, publicação de 5 de junho de 2021 proclamava a volta à plataforma, motivada pelas políticas contra *fake news* e maior visibilidade ao jornalismo profissional. O jornal dizia que a plataforma passou a aceitar o *paywall*, recurso que seria essencial para a sobrevivência financeira do periódico. Tal movimento é possível a um periódico como a *Folha*, que possui um sistema robusto de distribuição e outras fontes de renda. Não é tão fácil, contudo, para agências de checagem ou pequenos veículos de jornalismo local, cuja audiência e financiamento dependem significativamente do Facebook.

Imagem 33 - Folha anuncia políticas editoriais em relação ao Facebook – à esquerda, publicação de 8 de fevereiro de 2018; à direita, em 5 de julho de 2021



Fonte: captura de tela de portal da Folha de S. Paulo (2022).

Desde 2016, o Facebook realiza convênios com agências de checagem para verificação de conteúdos indicados pelos usuários (*Meta Third-Party Fact-Checking Program*, ou 3PFC). O convênio prevê que usuários da rede social indiquem conteúdos que acreditam que sejam falsos. A informação é enviada a uma das agências, que deve indicar a veracidade da informação. As agências consultam os conteúdos a serem checados em um *feed* específico, disponibilizado apenas para membros do 3PFC. Caso se trate de um conteúdo falso, indicam isso e o Facebook reduz o alcance orgânico da publicação em até 80%. Mensagens falsas são marcadas por uma etiqueta – segundo Mônica Rosina, gerente de políticas públicas do Facebook no Brasil em 2020, 95% dos usuários que receberam, em seu *feed*, conteúdos falsos sobre a Covid-19 não clicaram nos *links* quando viram os rótulos indicando que se tratava de desinformação (WEBINAR..., 2020).

Nesse sentido, o convênio torna-se um importante fator de seleção de conteúdos a serem checados. Em análise de verificações sobre a Covid-19 publicadas por Aos Fatos e pela Lupa entre janeiro e março de 2020, Lemos e Oliveira (2021, p. 80) observam que “dentro dos 103 textos, 93 indicam que as checagens compõem o projeto de verificação da plataforma”. As agências se tornam, portanto, um braço de *accountability* da Meta, sendo sua produção jornalística não restrita apenas ao interesse público, mas ao financiamento da plataforma.

Não se trata de uma prática abusiva exclusiva da Meta. Como destaca Whittaker (2021), grandes plataformas têm desenvolvido acordos com o mercado noticioso. Ainda na TV a cabo, a Microsoft criou, em parceria com a NBC, o canal *all-news* MSNBC – em 2006, a empresa se desvincula da NBC. Por sua vez, a Apple desenvolveu o *Newsstand* e, posteriormente, o *News*, agregadores de notícia. No entanto, diversas restrições eram apresentadas aos jornais que procuravam fazer parte dos sistemas.

A Amazon, por sua vez, adquiriu o *The Washington Post* e modificou diversas rotinas editoriais do periódico. A *Google News Initiative*, por sua vez, apresenta-se como um programa para garantir sustentabilidade e inovação no ecossistema noticioso. Oferece cursos, financiamento e infraestrutura para jornalismo. Tais recursos também fazem a balança pender e estabelecem uma relação assimétrica de produção noticiosa (JURNO; D'ANDRÉA, 2021, WHITTAKER, 2021).

Tais assimetrias foram objeto de discussão no grupo de e-mails da Associação Nacional de Programas de Pós-graduação em Comunicação (Compós) em 2018. Questionava-se em que medida organizações como a Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo

(Abraji) ou o projeto Comprova poderiam aceitar apoio financeiro de instituições como a Fundação Ford. Além disso, questionava-se as relações da direção da Abraji com periódicos da grande imprensa brasileira. Argumentava-se que tais relacionamentos poderiam implicar na qualidade do produto jornalístico.

Ora, pelo menos desde o jornalismo desenvolvido por Hearst, publicidade e noticiário caminham conjuntamente, sendo o espaço informativo definido pela quantidade de anúncios que serão veiculados (SCHUDSON, 1981). Certamente o apoio da Meta e da Google a organizações de checagem, como Aos Fatos e a Lupa, ressignificam o produto jornalístico por elas desenvolvido, especialmente em função das assimetrias destacadas por Jurno e D’Andréa (2021). Além disso, a ascensão das plataformas reorganiza a economia, já que grandes conglomerados de mídia perdem força e tornam-se menos relevantes – o MSNBC era um exemplo de tal reorganização (WHITAKKER, 2021). Não se pode olvidar, porém, que o jornalismo comercial sempre foi resultado das pressões econômicas, que também o produzem.

Em outra dimensão, há de se considerar como novos arranjos técnicos ressignificam a prática jornalística. Nas seções anteriores, discutiu-se a introdução da linotipo e da impressão em meio-tom. Outros arranjos técnicos determinaram o modo como se faz jornalismo. Em 1904, por exemplo, a indústria gráfica brasileira já permitia a publicação de fotografias e uma mancha gráfica mais elaborada, como a da revista *Kosmos* (SODRÉ, 1999). Comenta Molina (2015) sobre a “evolução” do parque gráfico brasileiro e seus reflexos no impresso. Vale pontuar, ainda, a crise econômica que abateu as empresas jornalísticas no final do século passado – a aquisição de rotativas era feita em dólar e mudanças no câmbio implicaram em uma dívida cada vez maior para essas organizações.

Por sua vez, a inauguração de Brasília representou um marco na televisão brasileira: sem satélites, a TV Tupi transmitiu o evento com o apoio de três aviões, que voavam em círculos entre a capital federal e São Paulo, transmitindo o sinal. A emissora também gravou a inauguração por meio do *videotape*, tecnologia recém introduzida. Por sua vez, entra no ar, em 01º de setembro de 1969, o *Jornal Nacional*, primeiro telejornal em rede do país, com transmissão simultânea por meio de satélites para todo o país. As cores chegariam à televisão brasileira em 1972, a TV a cabo, no final da década de 80 e, em 1996, o primeiro canal *all news*, a *Globo News* (PATERNOSTRO, 2006). Tais inovações, aqui apresentadas de forma sucinta, reorganizaram práticas jornalísticas, assim como implicaram em novos gêneros e formatos noticiosos.

4.1.5 Humanização ou precisão?

O distanciamento do *The New York Times* nunca foi o único modelo de jornalismo vigente, mas tornou-se o padrão de objetividade. Contudo, “a rigor, todos os veículos, muito em especial a partir dos anos 50, começam a valorizar a humanização das chamadas fontes de informação” (MEDINA, 1986, p. 42-43). Parte disso envolve a introdução da reportagem, técnica jornalística que demanda a humanização, a escolha de um personagem, parte por uma narrativa humanizada (LAGE, 2008). No jornalismo brasileiro, a apresentação humanizada das fontes esteve presente especialmente em *O Cruzeiro*, *Correio da Manhã*, *Jornal do Brasil*, *Jornal da Tarde*, revistas *Quatro Rodas*, *Realidade* e *Bondinho* (MEDINA, 1986).

Destaque ao Novo Jornalismo da década de 60⁷⁴ (séc. XX), que parte da “constatação de que o repórter não pode, ou não deve, ser inocente e passivo quanto propõe a tradição do ofício e de que a objetividade que se persegue não pode ser atingida por inteiro”, como explica Lage (2008, p. 140). Adota-se, então, técnicas literárias para “aprofundar” a realidade em busca de uma essência dos fatos. Tal proposição, contudo, não é aplicável a todos os gêneros jornalísticos, especialmente textos informativos. Serve, por exemplo, para construção de perfis, como em “Frank Sinatra has a cold”, texto de Gay Talese para a *Esquire* (LAGE, 2008).

Além disso, na rotina diária do jornalismo, a produção de textos literários é quase inexequível – falta tempo para a pesquisa. Ademais, uma notícia é aquilo que se conhece e, nesse sentido, “a consistência extrema que se espera da literatura implica dispor de dados subjetivos, por definição não alcançáveis pela observação direta, e de todo o conjunto de dados objetivos que habilitem o narrador a aparentar onisciência e onipresença” (LAGE, 2008, p. 141). Por fim, o jornalismo pressupõe urgência na transmissão das informações, o que torna produzir literatura de qualidade algo muito difícil (LAGE, 2008).

Como um contraponto ao Novo Jornalismo, emerge o jornalismo de precisão na década de 60. Propunha que jornalistas utilizassem o método científico na apuração das notícias (LAGE, 2008; BOUNEGRU, [201?]). Foi proposto em 1973, como a aplicação de “métodos científicos de investigação social e psicossocial à prática do jornalismo” (LAGE, 2008, p. 143). Envolve uma aspiração positivista e a formação de jornalistas capazes de produzir uma metodologia de apuração cientificamente adequada. Tal modelo está ligado à

⁷⁴ Como explica Schudson (1981), o jornalismo de ação que marcou a *penny press* também ficou conhecido como Novo Jornalismo, embora sua perspectiva seja distinta daquela proposta por Tom Wolfe e outros autores do jornalismo com uso de técnicas literárias.

emergência da Reportagem com Auxílio de Computador (RAC) (LAGE, 2008) e do jornalismo de dados⁷⁵ (BOUNEGRU, [201?]).

4.1.6 Do jornalismo on-line ao jornalismo nas plataformas

A exiguidade do espaço demanda um salto pela história material da objetividade jornalística. As principais técnicas de apuração e redação foram destacadas – e esta não é uma tese sobre a história do jornalismo, de forma que se ignora o jornalismo de rádio e de TV.

Vale pontuar, de forma sucinta, que o radiojornalismo começa com a leitura de matérias publicadas no impresso (*gilette press*), passando a adotar uma linguagem específica quando se desenvolve. O *lead* radiofônico é distinto, sendo muitas vezes lido pelo locutor e não pelo repórter. Sua estrutura é *3Q + V* – o quê / quando / onde / vibração (FERRARETO, 2014). Destaque ao *Repórter Esso*, noticiário financiado pela empresa que apresenta notícias da *United Press International (UPI)*, que era o programa noticioso de rádio com maior credibilidade.

O jornalismo de TV – e a TV, em si – surgem reproduzindo práticas adotadas no rádio. Com o tempo, surge uma linguagem específica, em que o texto não deve descrever o que a imagem já apresenta. Ademais, o jornalismo em TV prioriza declarações curtas do entrevistado, mas que sejam contundentes. O *lead* também é lido pelo apresentador, de modo que o repórter inicia a sua apresentação com a matéria já em desenvolvimento (PATERNOSTRO, 2006).

O primeiro teleperiódico, o alemão *Bildschmerzzeitung*, foi lançado em 1973 na Exposição Eletrônica de Berlin. Na França, o sistema de videotexto *Minitel* foi criado em 1981 (LEMOS, 1996). No entanto, somente em 1984 foram oferecidos serviços específicos por meio do sistema: lista telefônica, compra de ingressos e acesso à previsão do tempo. Em 1981, nos Estados Unidos, o *Columbus Dispatch* disponibilizava partes do periódico na tela de um computador – e já buscava criar taxas para acesso a tal informação (JORGE, 2013).

Em 1983, uma parceria da operadora estadunidense AT&T com a empresa de mídia Knight Ridder resultou no *Viewtron*, um serviço de videotexto de notícias on-line. Comprando um terminal (por US\$ 600,00) e pagando US\$ 12,00 mensais pelo acesso, acrescidos de uma taxa de US\$ 1,00 pelo uso do sistema telefônico da Southern Bell, o usuário tinha acesso ao *The Miami Herald* - vale apontar que a sede da Knight Ridder estava localizada no último andar

⁷⁵ O “jornalismo guiado por dados é aquele produzido com dados, os quais podem ser gerados e disponibilizados por uma diversidade de fontes públicas e privadas” (BARBOSA; TORRES, 2016, p. 153). Este processo objetiva “maior eficiência na recuperação de informações, na apuração de reportagens a partir de conjuntos de dados, na circulação em diferentes plataformas (computadores pessoais, smartphones, tablets), na geração de visualizações e infografias” (TRÄSEL, 2014, p. 292)

do prédio da redação e a proximidade física certamente era necessária ao sucesso do negócio. O sistema angariou usuários de 15 estados, mas foi encerrado em 1986, especialmente por sua lentidão. A companhia contabilizou um prejuízo de US\$ 50 milhões com o encerramento do serviço (WHITAKKER, 2019).

Imagem 34 - Tela inicial do Viewtron



Fonte: Viewtron ([201?]).

“Em 1993, um jornal colocava todo o conteúdo em meio digital – o *San José Mercury News*. A primeira página com atualização regular a aparecer na rede foi a de outro periódico norte-americano, o *Palo Alto Weekly*, em 1994”, aponta Jorge (2013, p. 147). No ano seguinte, o Jornal do Brasil foi o primeiro periódico brasileiro na internet, sendo sucedido por O Globo e pela Agência Estado (FERRARI, 2010; JORGE, 2013⁷⁶). Ferrari (2010) lembra que os primeiros portais brasileiros surgiram dentro das empresas jornalísticas. Tal característica marca a internet no país – nos EUA, por exemplo, os primeiros portais eram de propriedade dos provedores de internet.

Vale destacar, no entanto, que a presença de um produto jornalístico na internet ainda não implicava na digitalização das redações e seu uso na apuração. Aos poucos, surgiria uma nova forma de fazer e apresentar o jornalismo – maneira que passa pela adoção de bases de dados (BARBOSA, 2007) e a adoção de formatos híbridos (JORGE, 2013). Pela exiguidade do espaço, não se detalha tal processo de transição, que foi marcado pela emergência de novas rotinas produtivas e foi amplamente discutido na literatura. No entanto, vale pontuar que algumas promessas do jornalismo digital – a reportagem *longform*, por exemplo, inaugurada

⁷⁶ “No Brasil, em 1995, a Agência Estado entrou no ar com os conteúdos do jornal O Estado de S. Paulo; meses antes, o Jornal do Commercio do Recife havia colocado arquivos em rede. Entretanto, o primeiro periódico brasileiro a funcionar em tempo real foi o Jornal do Brasil. A ele se seguiram: O Estado de S. Paulo, a Folha de S. Paulo, O Globo, Estado de Minas, Zero Hora, Diário de Pernambuco e Diário do Nordeste” (JORGE, 2013, p. 147).

pelo *The New York Times* com a matéria “Snow Fall”; ou textos em pirâmide deitada, com maior nível de complexidade – não se cumpriram, parte em função das pressões oriundas das plataformas e, também, da necessidade de utilizar estratégias de otimização para ferramentas de busca (SEO, ou *search engine optimization*).

A rede sociotécnica do jornalismo amplia-se e transforma-se com a emergência da cultura digital (HOLANDA, 2014, FURTADO, 2018, D’ANDRÉA; JURNO; DALBEN, 2019). São afetados procedimentos de apuração, técnicas para redigir textos, formas de divulgação, o perfil de leitor, a organização das redações, entre outras mudanças (JORGE, 2013, BARBOSA; TORRES, 2016). Como destacou-se anteriormente, a participação das plataformas na produção jornalística, seja por meio de projetos específicos como o 3PFC, pela aquisição de jornais (como a venda do *The Washington Post* à Jeff Bezos), implica em assimetrias significativas. Também redesenha o produto jornalístico, reorienta práticas profissionais, traz importância a técnicas como SEO, dentre outras mudanças práticas nas redações.

A cultura digital trouxe, ainda, novas formas de produção, circulação e consumo de conteúdos falsos, que, muitas vezes, mimetizam o texto jornalístico e afetam a credibilidade do jornalismo. São as *fake news*, mensagens intencionalmente e verificadamente falsas, sendo que elas circulam com um objetivo político ou econômico. São “uma variedade de desinformações que pode variar entre a correta utilização de dados manipulados, a utilização errada de dados verdadeiros, a incorreta utilização de dados falsos e outras combinações possíveis” (FERRARI, 2018, p. 360-361)

Esses conteúdos geraram, ainda, uma mudança na produção jornalística: diversos veículos implantaram agências de verificação de fatos, retomando uma prática há muito abandonada. As agências de *fact-checking* (checagem de fatos), por sua vez, deixaram de priorizar a apuração de declarações públicas de políticos, passando a desenvolver a verificação de conteúdos falsos que circulam em redes sociais de internet – especialmente após convênio de signatárias da *International Fact-Checking Network* (IFCN) com plataformas como o Facebook.

Cada vez mais comuns, iniciativas de checagem de fatos (*fact-checking*) buscam verificar a precisão de declarações públicas, por meio de uma metodologia específica de checagem que pode adotar ferramentas de verificação⁷⁷ (USCINKI; BUTLER, 2013;

⁷⁷ São ferramentas que podem auxiliar o processo de autenticação de conteúdos distribuídos pela internet. Envolvem, geralmente, o uso de algoritmos para tornar o processo de verificação mais amplo e eficiente. É o caso do TinEye, por exemplo, que faz buscas por imagens similares e pode auxiliar um jornalista a identificar uma montagem (BRANDTZAEG; FØLSTAD; DOMÍNGUEZ, 2018).

AMAZEEN, 2015, 2016; GRAVES; KONIECZNA, 2015; GRAVES, 2017, 2018, KRUGER, 2017, AMAZEEN *et al.*, 2018; BRANDTZAEG; FØLSTAD; DOMÍNGUEZ, 2018). Tornou-se um gênero da produção jornalística, em que a apuração é o produto, na década de 80⁷⁸ - século XX (AMAZEEN, 2016, LOWRY, 2017, AMAZEEN *et al.*, 2018, GRAVES, 2018).

Pode-se dizer que essas agências – e, também, o próprio jornalismo – produzem cadeias de referência, buscando aumentar a mobilidade e a imutabilidade do fato. A qualidade do jornalismo e o seu nível de objetividade pode ser avaliada a partir da extensão das cadeias de referência que o texto jornalístico produz, como propõem Martine e De Mayer (2018). O jornalismo desenvolve cadeias de referência quando desenvolve os procedimentos de apuração, quando evoca no texto os depoimentos das fontes ou documentos públicos relacionados ao fato (MARTINE; DE MAYER, 2018). Nesse sentido, destaca-se a dissertação desenvolvida por Reis (2023), que investiga projetos de verificação de fatos governamentais e observa que as cadeias de referência que sustentam suas checagens são tão frágeis como aquelas das *fake news*⁷⁹.

É cada vez mais comum encontrar agências de checagem e a proeminência destas ações também cresce (USCINKI; BUTLER, 2013; AMAZEEN, 2015, 2016, KRUGER, 2017, GRAVES, 2018). Parece tratar-se de uma evolução de iniciativas antes desenvolvidas em *blogs*, agora profissionalizadas e inseridas na prática jornalística (LOWREY, 2017, HAIGH; HAIGH; KOSAK, 2018), ganhando cada vez mais legitimidade (LOWREY, 2017). A literatura aponta que os jornalistas desenvolvem ações de checagem de dados especialmente em função de seu status profissional. As ações de *fact-checking* apelam a valores jornalísticos e prestigiam os repórteres que as praticam (GRAVES; NYHAN; REIFLER, 2016, PALAU-SAMPIO, 2018). Isto os leva a rejeitar iniciativas de checagem que adotam posicionamentos partidários (GRAVES, 2018).

⁷⁸ As iniciativas de checagem de dados, contudo, precedem tal época. Diante do *yellow journalism* – circulação ampla de jornais de baixo custo, com textos sensacionalistas e produzidos sem apuração dos fatos – (LAGE, 2008) e do jornalismo *muckraker* – jornalismo denunciante que questionava inconsistências sociais e problemas causados pela industrialização dos EUA – (GEIGER, 1966), alguns veículos de imprensa criaram equipes de checagem, como o *New York World* (1913), o *New Yorker* (1927) e a revista *Time* (1923), sendo que nessa publicação que o termo *fact-checking* foi utilizado pela primeira vez, em 1938 (FABRY, 2017).

⁷⁹ Em “*Fake news e pandemia: uma análise de projetos governamentais de checagem de fatos*”, Reis (2023) desenvolve a análise de 16 projetos governamentais de verificação de fatos. A dissertação descreve tais iniciativas, sua organização, mediações e agenciamentos materiais. As checagens foram clipadas e analisadas, com o objetivo de identificar tema, fonte, autoria e origem da *fake news*. Aponta, ainda, que essas verificações são sustentadas por cadeias de referência frágeis, semelhantes às dos conteúdos falsos que pretendem questionar. Recomenda-se, ainda, a leitura de Lemos e Reis (2021), que apresenta a análise de três projetos governamentais de checagem.

A Rede Internacional de Checagem de Fatos (*International Fact-Checking Network*, IFCN), que congrega agências signatárias de declaração de princípios metodológicos e éticos de apuração, exige essa “isenção” (POYNTER, 2016). No Brasil, a primeira iniciativa de checagem de declarações de políticos foi o blog Preto no Branco, do O Globo, criado em 2014. No mesmo ano, é criada a Truco!, iniciativa de checagem ligada à Agência Pública. Em 2015, são criadas as Agências Aos Fatos e Agência Lupa. Desde então, alguns projetos foram encerrados, enquanto novas iniciativas, temporárias ou permanentes, também são criadas. É o caso do Fato ou Fake, do Comprova, entre outras iniciativas. Em dezembro de 2018, a Agência Pública, que desenvolvia o Truco, anunciou que ele deixaria de ser um projeto permanente da agência (AGÊNCIA PÚBLICA, 2018).

Muitas iniciativas de checagem de dados no Brasil e no mundo têm se aproximado de organizações sem fins lucrativos e, também, de universidades. Para Graves (2018), entender as relações entre política, academia e agências de checagem é essencial. Neste sentido, a pesquisa sobre a checagem de dados deve debruçar-se sobre tal temática.

Como uma forma de jornalismo de prestação de contas (*accountability*) (AMAZEEN, 2015; GRAVES, 2018), o *fact-checking* só seria viável quando é considerado isento politicamente (AMAZEEN, 2015). No entanto, as iniciativas de checagem não estão livres de controvérsia. As críticas se aplicam, especialmente, à metodologia de checagem: embora a essa seja explicitada, pouco se fala sobre os critérios de escolha das declarações a serem apuradas. Outra crítica se deve ao fato que declarações de pessoas públicas são retiradas do contexto para serem checadas. Também são apontadas relações causais que nem sempre existem. Apesar de os preceitos defendidos pelas agências de checagem impedirem a apuração de fatos que são imprecisos por sua natureza – projetos para o futuro de um candidato, por exemplo - declarações que não podem ser verificadas são, muitas vezes, apuradas. Por fim, o critério de seleção dos dados que comprovam ou negam determinada declaração não é explicitado, o que torna a composição da verdade pelos checadores uma “caixa preta”. Em suma, faltaria rigor científico aos procedimentos de checagem (USCINKI; BUTLER, 2013).

Cabe apontar, ainda, que o leitor de checagens não se orienta pela mesma lógica de quem consome *fake news*. Os capítulos 2 e 3 demonstraram que os conteúdos falsos não se sustentam por cadeias de referências sólidas, estando fundamentados em estratégias específicas: anonimização da fonte; *astroturfing*, atribuição equivocada de autoria; *call to action*; conspiracionismo; documentos manipulados; falsa conexão; fraude; e receitas, conselhos e empiria. Desse modo, a checagem não seria relevante a quem crê em tal postagem inverídica, visto que a crença em *fake news* está mais relacionada à uma crença religiosa. As verificações

de fatos produzidas pelo jornalismo se fundamentam no modo da referência [REF], distinto da fé na palavra salvadora [REL]. Como destacam Lemos e Reis,

Outra questão importante em termos de eficiência é que apresentar respostas às *Fake News* apenas a quem busca, como fazem todos os projetos, não resolve o problema justamente pela característica do modo de propagação da desinformação. As cadeias de desinformação são eficientes justamente por funcionarem tendo por base a identidade e o vínculo ideológico e não pela busca consciente pela veracidade da informação. Deixar as informações nos sites, ou oferecê-las a partir da demanda dos usuários não é uma forma eficaz de luta contra essa situação (LEMOS; REIS, 2021, p. 54, grifo no original).

Dentre as propostas para melhorar a confiança nas checagens publicadas na internet, Brandtzaeg, Følstad e Domínguez (2018) orientam que se esclareça quais são as limitações da metodologia, amplie-se a transparência das rotinas de apuração e, por fim, que tais iniciativas abram espaço para a checagem colaborativa. A respeito destas controvérsias, Amazeen (2015) e Graves (2017) apontam a checagem de dados não argumenta utilizar o método científico. Isto, segundo Amazeen (2015), não é problema, pois mesmo diante da diversidade de métodos que cada agência de checagem utiliza, chega-se a resultados próximos⁸⁰. Graves (2017) entende que os críticos ignoram o conceito de objetividade jornalística e suas nuances, bem como consideram todas declarações públicas igualmente, ignorando a distinta importância de seus autores.

Uscinski (2015) não se satisfaz com a argumentação de Amazeen (2015): aponta que a análise empírica feita pela pesquisadora não demonstra que a metodologia de checagem é segura, tampouco responde às críticas feitas em Uscinski e Butler (2015). O autor não discorda que a metodologia de checagem é adequada para avaliar declarações “verificáveis”, mas aponta que muitas iniciativas de *fact-checking* têm avaliado discursos que não são verificáveis. Uscinski (2015) aponta também que qualquer efeito positivo do *fact-checking* deve ser balanceado com a epistemologia pobre desta prática jornalística.

Vale considerar, ainda, que a prática de *fact-checking* é definida por sua relação controversa com a objetividade jornalística (CODDIGTON; MOLYNEUX; LAWRENCE, 2014, MEIRICK *et al.*, 2018). Afinal, a neutralidade é um elemento da objetividade jornalística e, ao fazer avaliações, as iniciativas de checagem desconsideram este aspecto (MEIRICK *et al.*, 2018). As iniciativas de checagem adotariam uma objetividade quase-científica, que também

⁸⁰ Lim (2018) aponta um resultado diverso: embora checadores concordem na atribuição de etiquetas como “completamente verdadeiro” e “completamente falso”, eles discordam na avaliação de asserções “parcialmente verdadeiras” ou “parcialmente falsas”. A pesquisa também aponta que uma agência de checagem raramente apura aquilo que outra já publicou, de modo que não se pode, muitas vezes, comparar os resultados.

envolve a objetividade profissional. Isto porque a declaração de uma fonte oficial, por exemplo, não é apenas reproduzida: é avaliada também (CODDIGTON; MOLYNEUX; LAWRENCE, 2014).

Neste sentido, cabe perceber como as iniciativas de checagem também “emprestam” objetividade a outros veículos: como apontam Graves e Konieczna (2015), as iniciativas de checagem oferecem material a outros veículos. Neste contexto, ser citado por outras empresas amplia o alcance da checagem – e, também, a importância de quem a fez.

E quais são os efeitos do *fact-checking*? Gottfried *et al.* (2013) avaliaram a campanha presidencial dos Estados Unidos de 2012 para verificar se as ações de checagem de dados ampliavam o conhecimento público de temas discutidos nas eleições. Quem acessou um site de checagem de fatos tinha mais conhecimentos sobre posicionamentos de candidatos e questões relativas ao passado dos políticos. Entretanto, o público que lia as checagens tinha acesso a uma maior quantidade de fontes de notícias, uma escolaridade maior e melhores condições sociais que quem não acessava estes sites.

Wintersieck (2017), por sua vez, demonstra uma relação entre ações de checagem de dados e intenções de voto, apontando que o resultado de uma checagem afeta a avaliação do candidato. Lotero-Echeverri, Romero-Rodríguez e Pérez-Rodríguez (2018) entendem que as iniciativas de *fact-checking* ampliam as competências informacionais tanto dos jornalistas como do público e funcionam como uma ferramenta de alfabetização para a informação. Palau-Sampio (2018), no entanto, aponta pequena interação entre os leitores e as iniciativas de checagem em alguns países da América do Sul, o que pode apontar menor eficiência destas práticas.

Thorson (2016) demonstrou que mesmo após uma informação ser apontada como falsa por iniciativas de checagem, ela não deixa de ser vista como verdadeira por algumas pessoas. Para a autora, a informação falsa cria “ecos de crença” (*belief echoes*) que fazem com que não sejam totalmente desacreditadas. Vargo, Guo e Amazeen (2018) apontam que as iniciativas de checagem não têm sido suficientes para questionar as *fake news*, tampouco conseguem desbancar sua agenda.

Diante da quantidade de conteúdos falsos compartilhados diariamente na internet, o *fact-checking* tem mudado. Schapals (2018) aponta a importância de ampliar as ações de checagem de dados para combater as *fake news*. Defende-se ainda a introdução de práticas automatizadas de checagem de dados e se propõe modelos já desenvolvidos (CIAMPAGLIA *et al.*, 2015, WU *et al.*, 2017).

4.1.7 Aos Fatos e Lupa

Nesta tese, são analisadas checagens desenvolvidas por Aos Fatos e Lupa. A primeira é uma organização independente cuja equipe está distribuída entre Rio de Janeiro e São Paulo. É financiado por campanhas de *crowdfunding*, parcerias com outros veículos e consultorias em *fact-checking*. Além disso, oferece serviços de monitoramento de conteúdos on-line a partir do Radar Aos Fatos e, também, faz parte do 3PFC.

Por sua vez, a Lupa é uma agência de notícias especializada em checagem que hoje é hospedada no UOL, mas já teve parceria com a Piauí. Desenvolveu parcerias com a Folha de S. Paulo, a revista Época, o Yahoo! e o portal Metrôpoles. Já vendeu matérias para o Correio* (BA), Gazeta do Povo (PR), O Liberal (SP), A Crítica (AM), Correio Braziliense (DF) e O Tempo (MG). É participante do 3PFC. Possui um braço específico de educação midiática.

Ambas as agências fizeram mudanças em sua metodologia diante do acordo desenvolvido com a Meta em 2018:

Quadro 5 - Comparativo de atualizações da metodologia adotada por Aos Fatos e pela Lupa

	Aos Fatos	Lupa
Objeto	Declaração pública de pessoa pública (2016)	Declaração pública de pessoa pública (2016)
	Informação pública (2018)	Declaração pública de pessoa pública, <i>debuking</i> (verificação de conteúdo publicado por fontes não oficiais). Qualidade de produtos e serviços e veracidade de anúncios publicitários, <i>slogans</i> e imagens podem ser aferidas (2019)
	Declarações de autoridades e influenciadores, além de boatos, fotografias, vídeos, áudios, gráficos, panfletos, desenhos e outras mídias (2022).	Declaração pública de pessoas públicas. Qualidade de produtos e serviços e veracidade de anúncios publicitários, <i>slogans</i> e imagens podem ser aferidas (2022).
Critério	Relevância da frase no discurso e de quem a proferiu (2016)	Notoriedade de quem fez a declaração, temas interesse público ou pessoas que tenham alcançado destaque recentemente.
	Relevância (2019)	
	Relevância de quem endossou a declaração ou o engajamento da postagem em redes sociais (2020)	
Fontes	Fonte original, para checar veracidade. Fontes confiáveis e oficiais. Fontes alternativas para registrar o contraditório. Registro das fontes de modo acessível no texto (2016).	Jornais, revistas e sites. LAI e assessorias de imprensa. Dados históricos, estatísticos, comparações e informações sobre a legalidade de um fato. Posicionamento do checado.
	Fontes de origem confiável. Fontes oficiais, se necessário. Fontes alternativas para subsidiar ou contrariar dados oficiais (2020).	Mesmo procedimento na checagem. No <i>debuking</i> , como não se conhece o autor do material, não se coleta posicionamento do checado (2019).
	Fontes confiáveis (2022)	Conteúdos já publicados sobre o assunto. Dados oficiais, transparência ativa e assessorias de imprensa. Trabalho de campo. Especialistas (2022)
Categorias	Verdadeiro, impreciso, exagerado, falso e insustentável (2016)	Falso; contraditório; verdadeiro; ainda é cedo para dizer; exagerado; subestimado; insustentável; verdadeiro, mas; de olho (nas eleições de 2018,
	Verdadeiro, impreciso, exagerado, falso, contraditório e insustentável (2017)	

	Aos Fatos	Lupa
	Verdadeiro, impreciso, exagerado, contraditório, insustentável, distorcido ou falso (2018)	estabeleceu-se critérios para uso das etiquetas “exagerado”, “subestimado” e “falso”).
	Falso, não é bem assim, verdadeiro (2022)	Falso; contraditório; verdadeiro; ainda é cedo; exagerado; subestimado; insustentável; verdadeiro, mas; de olho. Cumpriu; não cumpriu; cumpriu parcialmente (2022)
<i>Pessoal envolvido</i>	Repórter e editor devem concordar com a avaliação. Em caso negativo, um terceiro jornalista é consultado para desempate (2016).	Repórter decide a classificação, que deve ser aprovada pelos editores. Um terceiro pode ser consultado para desempate (2017)
		A classificação do repórter deve ser aprovada por pelo menos dois editores. Adota-se a dupla edição, em que uma matéria só é publicada quando pelo menos três pessoas tenham lido seu conteúdo (2019)
	Antes da publicação no site do Aos Fatos, quaisquer desses materiais passam pelas mãos de ao menos dois editores: um deles confere junto com o repórter as fontes consultadas, enquanto o segundo faz a revisão final e confirma a coerência do método. Caso o formato adotado demande a classificação do conteúdo entre FALSO, NÃO É BEM ASSIM e VERDADEIRO, todos os jornalistas envolvidos nesse processo devem chegar a um veredito a respeito do selo que será concedido à informação checada. Se necessário, outro editor deverá ser consultado, para tirar a prova real (2022)	Repórter e editor.
<i>Não são checados</i>	Opiniões, previsões, questões íntimas e vícios de linguagem (2016).	Opiniões, previsões, tendências e conceitos amplos.

Fonte: elaborado pelo autor a partir da metodologia do Aos Fatos e da Lupa.

4.2 O jornalismo produz referências?

A tarefa (ambiciosa) de conciliar uma história da produção da verdade no jornalismo nunca termina, como se apontou anteriormente. Tampouco é justa, já que há muitos atores, aqui não listados, que também participam da história material da verdade jornalística. No Brasil, o Ato Institucional 5 (AI-5) e a extinta Lei da Imprensa (Lei 2.083/53), por exemplo, estabeleceram rotinas produtivas diversas: diante da censura prévia, jornais deveriam completar o espaço das matérias derrubadas, usando, para tanto, calhaus e receitas culinárias. Já nos Estados Unidos, a *Fairness Doctrine* é relacionada à origem do jornalismo declaratório: essa legislação exigia que os partidos Democrata e Republicano recebessem o mesmo tratamento na televisão, com a duração equivalente de sonoras (PATTERSON, 2013)

Essa digressão, no entanto, permite vislumbrar os instrumentos de acesso utilizados pelo jornalismo – ainda que os alcancemos por meio de outros, que produzem as cadeias de referência que sustentam esta tese (uma objetividade que é também *fe(i)tiche*). Também garante um olhar sobre o discurso a respeito da objetividade jornalística e suas condições de existência - é produzida a partir de instrumentos de acesso que permitem a extensão de cadeias de referência. A extensão dessas cadeias e o tipo de instrumentos utilizados resultam do entrelaçamento entre questões econômicas, disponibilidade de equipamentos, rotinas de produção, formação do repórter, linha editorial, dentre uma diversidade de atores.

Destaque à introdução do *lead* e da pirâmide invertida, a adoção da entrevista como instrumento de apuração, assim como o papel do método jornalístico na reivindicação por uma objetividade. Nesse sentido, apontou-se que o movimento de afastamento proposto pelo discurso sobre a objetividade jornalística, que busca negar a mediação e garantir a objetividade pela apresentação de uma *res extensa cogitans* é diverso da objetividade alcançada pela correspondência [REF]. A impressão em meio-tom é apresentada como um exemplo disso: é por meio de uma diversidade de instrumentos de acesso que a informação visual trazida pela fotografia chegava aos leitores do jornal. Desconsiderar essa mediação é partir para o *duplo clique* [DC] e ignorar os *fe(i)tiches* do jornalismo.

O capítulo ainda abordou aspectos econômicos e técnicos que pautam a seleção jornalística dos fatos e sua nomeação. Também discutiu a emergência da reportagem, o uso da técnica literária na apuração e as propostas de um jornalismo de precisão. Por fim, acompanhou o jornal on-line e as pressões e a relação assimétrica com as plataformas. Partiu, então, para a apresentação das agências de checagem que são analisadas nesta tese.

A investigação empírica das cadeias de referência que sustentam as checagens sobre o *kit gay*, a Vaza Jato e Covid-19, bem como dos instrumentos de acesso que as produzem são objeto do próximo capítulo. Indica os procedimentos metodológicos adotados, o *corpus* analisado, assim como critérios de seleção, codificação e análise. Por fim, destaca como o jornalismo produz referências em checagens sobre os casos analisados.

I really look with commiseration over the great body of my fellow citizens, who, regarding newspapers, live and die in the belief, that they have known something of what has been passing in the world in their time

Thomas Jefferson, em carta endereçada a John Norvell em 11 de junho de 1807.

5 AS REFERÊNCIAS DO JORNALISMO:

KIT GAY, VAZA JATO E COVID-19

Os familiares de Dom Phillips, jornalista britânico executado no Vale do Javari, na Amazônia, receberam uma mensagem de um ministro-conselheiro da Embaixada do Brasil em Londres em 13 de junho de 2022. O servidor dizia que havia tentado contato, sem sucesso, e solicitava aos familiares que retornassem a ligação. Quando o fazem, recebem uma notícia que não era nada agradável: haviam sido encontrados corpos, atados a uma árvore, que passariam pelo processo de reconhecimento assim que o sol raiasse.

No Twitter, o jornalista André Trigueiro fez uma postagem, às 8h54, relatando que “Alessandra, mulher de Dom Phillips, acaba de me informar que foram encontrados os corpos do marido e do indigenista Bruno Pereira”. Às 9h22, Trigueiro diz que Alessandra Sampaio lhe contactou novamente, dizendo que a Polícia Federal afirmara que era necessário periciar os corpos. Enquanto isso, jornalistas no Vale do Javari questionavam tal afirmação, já que as organizações indígenas envolvidas na busca a negavam. Logo mais, a Polícia Federal negou ter encontrado os desaparecidos.

Na sua ânsia pelo cancelamento, usuários do Twitter questionaram a qualidade da apuração de Trigueiro, assim como de outros jornalistas que publicaram a informação comunicada por Alessandra Sampaio, esposa de Dom. Houve quem defendesse que só se podia confiar naquilo que era dito por quem da imprensa estava *in loco*, questionando a qualidade da informação dos repórteres que haviam anunciado a morte de Dom Phillips – e que haviam confirmado a informação também com os familiares britânicos do desaparecido contactados pela Embaixada. Mas o problema era outro: o ministro-conselheiro, a fonte oficial, mentiu.

Situação semelhante vitimou os donos da Escola Base, acusados pela imprensa com base no depoimento de um delegado, antes mesmo da conclusão do inquérito. São erros inerentes às técnicas de apuração e da objetividade jornalística, que priorizam e hierarquizam fontes tarimbadas. Ao se considerar que o que uma fonte oficial diz é verdade, esquece-se dos interesses eleitoreiros, propagandísticos e financeiros que seviciam o serviço público. Também se esquece que em situações de exceção antidemocrática e antirrepublicana, como o Brasil sob o governo Bolsonaro, o órgão oficial pode mentir.

Em junho de 2020, o Ministério da Saúde deixou de ser uma fonte consultada pelo Aos Fatos nas checagens sobre a Covid-19. O órgão desenvolvia uma política de apagamento da pandemia, tanto adulterando dados sobre o número de infectados como recusando-se a responder dúvidas sobre a doença em tempo hábil para a publicação¹. Empresas jornalísticas passaram a compilar o número de infectados com base nos dados das secretarias estaduais de saúde, bem como passaram a convocar especialistas para falar sobre a doença e sua prevenção. Se, na gripe espanhola, quem anunciava a chegada da doença era a imprensa, visto que a notificação dos casos não era obrigatória (SCHWARCZ; STARLING, 2020), na Covid-19 é o jornalismo que dá luz à dimensão da pandemia, cujos dados são negados pelo Governo Federal. Afinal, o órgão oficial tornara-se fonte de mentiras e recusava-se a desmentir conteúdos falsos sobre a pandemia².

O engano oficial não é, infelizmente, exclusividade do governo federal: em 2016, o então prefeito de São Paulo, Fernando Haddad, foi alvo de ação civil pública iniciada pelo Ministério Público. No dia 16 de maio, a prefeitura paulistana divulgou que a agenda de Haddad envolvia apenas “despachos internos”. Tal ação foi uma pegadinha com Marco Antônio Villa, comentarista da Jovem Pan que criticava duramente a gestão do petista. Após um comentário de Villa na rádio, a prefeitura divulgou a verdadeira agenda de Haddad.

Como aponta o capítulo 4, é por meio de inscrições e instrumentos de acesso específicos que o jornalismo produz um tipo de conhecimento do/sobre o mundo. Agora, a partir de checagens produzidas pelas agências Lupa e Aos Fatos, bem como entrevistas com jornalistas dessas organizações, busca-se indicar de que modo o jornalismo de *fact-checking* produz referências. Três casos específicos ilustram a análise: o *kit gay* (enfocando apenas 2018 e 2019), a Vaza Jato e a pandemia de Covid-19 (em todo o ano de 2020). A próxima seção destaca os procedimentos metodológicos adotados nesta pesquisa, bem como as limitações deste estudo.

¹ Em 5 de junho de 2020, a Rede Globo apresentou seu *Plantão* para divulgar o boletim da Covid-19 publicado pelo Ministério da Saúde. Na edição daquele dia, o *Jornal Nacional* havia apresentado matéria de 9 min criticando a decisão da pasta, assim como indicou o número de casos confirmados pelas secretarias de saúde. Ainda informou que os dados seriam divulgados assim que publicados. Desde o dia 03 de junho, o órgão passara a publicar os dados da pandemia quase às 22h. Bolsonaro chegou a declarar, no cercadinho do Alvorada, que “acabou a matéria no Jornal Nacional”. O *Plantão* seguiu no ar no dia 6 de junho, quando a emissora passou a coletar dados a partir de um consórcio com outros veículos da imprensa, criado em 8 de junho. Estão reunidos no consórcio Folha, UOL, O Estado de S. Paulo, Extra, O Globo e G1.

² A Justiça Federal determinou que o Ministério da Saúde desacreditasse feijões milagrosos cuja semente era vendida por mil reais pela Igreja Mundial do Poder de Deus. Segundo o apóstolo Valdemiro Santiago, líder da denominação, tais leguminosas curariam a Covid-19. O Ministério da Saúde não cumpriu a ordem judicial e recusou-se a negar a eficácia do feijão mágico.

5.1 Procedimentos metodológicos

Composta pelos capítulos 4 e 5, esta seção da análise atende, parcialmente, o objetivo de *descrever práticas material-discursivas usadas por jornalistas ao longo da história na produção da verdade jornalística e problematizar como a circulação de fake news, em um contexto de plataformização, dataficação e performatividade algorítmica, afeta esses processos*. Está relacionada diretamente com a **Q2**, que indaga *como os conteúdos falsos afetam o jornalismo e a produção jornalística da verdade*. Busca aferir a **Hipótese B**, aqui reproduzida novamente:

O jornalismo profissional pauta a produção de verdade a partir de um método que busca desenvolver cadeias de referência, isso é, manter determinada relação com o fenômeno relatado ao mesmo tempo que este é “reduzido” de forma a ser apresentado na matéria jornalística. Nesse processo, diversas ferramentas metodológicas são utilizadas, a fim de conceder alguma imutabilidade ao fato (manter seus principais aspectos) garantindo sua mobilidade (a capacidade de relatá-lo em um texto curto). Os processos organizacionais, a rede de fontes, a noticiabilidade, a linha editorial, condições da cobertura e valores pessoais participam dessa produção da verdade, mas não inviabilizam completamente a relação entre o fato narrado e a narrativa produzida. Isso porque existem cadeias de referência: o texto jornalístico (aspectos textuais do gênero, como a pirâmide invertida, a ausência de adjetivação, o uso judicioso de aspas), o método utilizado na entrevista, apresentação do contraditório, dentre outros. Paralelamente a isso, busca-se uma objetividade jornalística que “purifica” o fato narrado: técnicas de apuração e redação buscam separar no texto jornalístico o fato relatado dos valores e sentimentos de quem o relata.

Desta forma, busca-se identificar as referências produzidas pelas checagens sobre os casos. “A construção de uma referência no texto jornalístico, argumentamos, depende de: *a*) quem falou; *b*) o que se falou; *c*) de que modo se falou; *d*) como isso [a informação de uma fonte] é utilizado na argumentação; e *e*) como isso é apresentado”, pontuam Lemos e Oliveira (2021, p. 84). O desenvolvimento da metodologia aqui aplicada teve início em 2019, com um estudo prévio das checagens sobre afirmações de Jair Bolsonaro na eleição de 2018, então candidato à presidência. A partir desse estudo, foi desenvolvida uma nova versão da metodologia, que considera apontamentos da banca de qualificação e, também, de pesquisadores da área de comunicação que tiveram acesso à pesquisa em congressos da área em que ela foi apresentada.

5.1.1 Um ensaio da metodologia nas eleições de 2018

Em 2019, uma primeira versão desta metodologia foi aplicada no trabalho final de uma das disciplinas do doutorado, ainda que sem um fulcro teórico e uma hipótese que permitissem

seu refinamento e reorganização. Naquele contexto, foram analisadas checagens publicadas pelas agências Aos Fatos, Lupa e Truco (projeto da Pública, hoje descontinuado) no período oficial da campanha eleitoral – entre 16 de agosto e 03 de novembro³ – sobre Jair Bolsonaro. O escopo, descrito no Quadro 6, desconsiderava as verificações produzidas no âmbito do projeto Comprova, textos em colaboração com outras agências, dentre publicações em outros formatos informativos.

Quadro 6 – Critérios de seleção do *corpus* do teste da análise

Inclusão	Exclusão	Corpus
Checagens publicadas nos sites das agências entre 16/08 e 03/11.	Matérias de serviço, <i>quizzes</i> ou formatos que não sejam checagens.	40 textos, sendo 19 publicados pela Aos Fatos, 15 pela Lupa e 6 pela Pública.
Checagens que abordem apenas Jair Bolsonaro e suas declarações em mídia impressa, sonora, televisiva ou digital.	Checagens relativas a debates ou sabatinas entre os presidenciáveis ou outros candidatos que não Jair Bolsonaro.	
Checagens que foram realizadas diretamente pela equipe das agências analisadas.	Checagem sobre partidos, candidatos a vice-presidência e governos estaduais.	

Fonte: elaborado pelo autor, 2023.

A análise de conteúdo levou em conta a) fontes consultadas para produção da matéria; b) uso de adjetivos e verbos declarativos; e c) tipo de fato checado. A classificação das fontes inspirou-se nos trabalhos de Lage (2008) e Souza (2001). Considerou as fontes por seu “suporte” (humanas, documentais, eletrônicas etc.), proveniência (internas à instituição jornalística ou externas) e estatuto (independentes, oficiais estatais, oficiais não estatais, oficiosas e informais). Considerou-se fontes primárias ou secundárias, podendo ser testemunhais ou especialistas.

Os adjetivos utilizados no texto para fazer referência ao candidato foram considerados “negativos” ou “positivos” a partir da consulta de seu significado em dicionários. Em relação aos verbos declarativos utilizados, a análise os considerou em três categorias: “negativos”, “neutros” e “positivos”, utilizando como referência o Manual da Redação da *Folha de S. Paulo*. A orientação proposta no guia é que tais verbos devem apenas introduzir ou finalizar as falas de determinado personagem da notícia, sem a qualificar (FOLHA DE S. PAULO, 2013; FOLHA DE S. PAULO, 2018). No caso de verbos que não constavam no Manual da Redação

³ Considerou-se o período oficial de campanha, iniciado em 16 de agosto de 2018 e com término em 28 de outubro. A fim de avaliar checagens realizadas durante a apuração dos resultados e na semana posterior à divulgação do presidente eleito, foram consideradas publicações das agências até 3 de novembro.

(FOLHA DE S. PAULO, 2018), consultou-se um dicionário a fim de avaliar a sua conotação. Tal metodologia foi questionada por fundamentar a análise dos verbos declarativos em um livro de estilo. Sugeriu-se, ainda, uma revisão do conceito de facticidade.

Por fim, analisou-se sobre qual tipo de informação pública referente a Bolsonaro era objeto de checagem (boato, declaração pública em entrevistas, ou no programa de governo, ou a partir de outra questão). Seria possível, assim, fazer inferências sobre os critérios de noticiabilidade adotados e contrastar esse resultado com os critérios adotados pelas agências.

Nas 40 checagens, as agências consultaram – e citaram – 678 fontes. Dessas, 669 são referências a documentos diversos, como textos jornalísticos (249), relatórios e atas (104, sendo considerados dados obtidos no Portal da Transparência, relatórios, dados sobre tramitação de projetos de lei no Congresso Nacional), textos institucionais (97, compreendendo *releases*, *sites* oficiais, *position papers* e outros), documento jurídico (90, envolvendo leis, portarias, registros civis etc.), pesquisas científicas e de opinião (52), vídeos (34), planejamento governamental (25, tanto de candidatos quanto oficiais), *tweets* (11) e outros documentos (7).

Também se observou preferência dos autores das matérias por fontes governamentais: são 260 menções a relatórios governamentais, textos institucionais, documentos jurídicos, pesquisas e outros. A escolha por fontes oficiais resulta, certamente, da busca por dados cujas origens possuem maior credibilidade. Não se considerava, contudo, as condições de produção desses dados pelo governo, os interesses políticos envolvidos ou a própria qualidade dos dados. Tal debate é importante, especialmente quando se considera que tais agências definem o que é verdadeiro ou falso em informações públicas.

Há contextos, ainda, em que as agências não indicaram suas fontes. Na matéria que verifica informações sobre o atentado à Jair Bolsonaro, indica-se que “De acordo com informações oficiais, o nome do homem que foi preso em flagrante por esfaquear Jair Bolsonaro é Adélio Bispo de Oliveira - não José Adélio” (EQUIPE LUPA, 2018). Não se aponta que fonte oficial confirma tal informação, embora um *link*, inserido junto ao nome do suspeito, encaminha para uma reprodução da carteira de trabalho de Adélio. Na mesma matéria, afirma-se que o suspeito foi filiado ao PSOL, o que é comprovado com uma captura de tela de uma planilha em que consta que sua filiação ao partido fora cancelada. Embora o texto da matéria indica que os dados são do Tribunal Superior Eleitoral, não há indicações na planilha que comprovem essa autoria.

Em alguns momentos, a própria metodologia de pesquisa ou ferramentas de verificação foram indicadas como fonte. Registra-se os procedimentos de pesquisa adotados ou as ferramentas de verificação utilizadas, mas sem uma descrição ampla desses procedimentos.

Tal processo é mais comum em matérias de *debuking*, nas quais cabe ao leitor, muitas vezes, confiar no que diz o texto da agência. Pode-se apontar, também, que a checagem de posicionamentos políticos ou morais de Bolsonaro pelas agências tende a apoiar-se em vídeos e entrevistas concedidos pelo político durante sua vida pública.

Nas checagens do Aos Fatos, observa-se cuidadoso uso dos verbos declarativos, em conformidade com as orientações de manuais de redação de grandes jornais brasileiros, como o da Folha de S. Paulo. Nos textos publicados pela agência, um candidato sempre “cita” informações equivocadas, nunca “mente”. Expressões que apontam intenção são evitados, embora apareçam em alguns contextos. Dessa forma, é possível encontrar títulos como “Entre ampliar ou cortar o Bolsa Família, Bolsonaro muda de opinião em apenas dois dias” (ARAGÃO, 2018), no Aos Fatos. O texto dá destaque à contradição nos posicionamentos de Bolsonaro, mas evita, em seu título, abordar tal questão.

O mesmo ocorre em outros textos do Aos Fatos: diz-se que Bolsonaro usou informações falsas e fora de contexto, ou que “volta a reativar um boato no Facebook”, tendo mentido sobre o *kit gay* (CUNHA; MENEZES, 2018). A maior parte dos textos, no entanto, utiliza expressões como “Bolsonaro erra” ou “repete informações imprecisas”, que não indicam dolo em tal conduta. Os textos da Lupa, por sua vez, mantêm essa estrutura: “Bolsonaro erra ao comentar plano de governo de Haddad” (MARÉS; BECKER; AFONSO, 2018), “comete erros” (AFONSO, 2018). A Truco, por sua vez, utiliza “Bolsonaro usa informação falsa” (SAKAMOTO, 2018). Essa prática parece indicar que embora as verificações sejam, supostamente, produzidas sob rigoroso método, não impedem possíveis processos contra os jornalistas que as redigiram – ao menos, na visão dos gestores dessas agências.

Também se avaliou que a correção de imprecisões feita pelas agências foi, muitas vezes, pouco flexível. Em entrevista ao Jornal Nacional, em 28 de agosto de 2018, Jair Bolsonaro afirmou que a abertura de uma empresa no Brasil levava, em média, 100 dias. A Lupa fez verificação desse dado a partir de dados do Banco Mundial, que apontava um prazo médio de 79,5 dias, e considerou que a declaração do candidato era exagerada. Embora tal etiqueta esteja em conformidade com a metodologia adotada pela agência – que considera qualquer imprecisão acima de 10% como exagerada -, parece desconsiderar o contexto de campanha.

Há situações lacônicas: na mesma entrevista, Bolsonaro afirmou que a regulação do mercado brasileiro impedia que o Brasil exportasse, de forma competitiva, um prego para o Paraguai. Na checagem feita pela Lupa, foram indicados dados do Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços que apontavam que o Paraguai é o maior importador de pregos

brasileiros. Desconsidera-se a figura de linguagem utilizada pelo candidato – hipérbole – e não se avalia se outros produtos também são exportados àquele país de forma competitiva.

As agências indicam, em sua metodologia, que a relevância e a notoriedade da informação pública são consideradas na seleção de temas a serem checados. Ao se analisar um *corpus* como o selecionado, composto por informações sobre um mesmo personagem – o presidenciável Jair Bolsonaro –, é possível observar que critérios orientaram a escolha de informações a serem verificadas. Observou-se que a maior parte dos textos (13) checa informações citadas por Bolsonaro em entrevistas durante a campanha. Onze textos, por sua vez, surgem da parceria entre as agências Aos Fatos e Facebook, a partir da solicitação de usuários daquela rede social. O atentado sofrido por Jair Bolsonaro originou apenas quatro verificações entre as postagens analisadas. Boatos diversos deram origem a seis textos.

Observa-se que as agências ainda se restringem, especialmente, à checagem de declarações públicas feitas pelos candidatos. Isso está ligado ao *fact-checking* dos anos 1980 (AMAZEEN, 2016, LOWRY, 2017, AMAZEEN *et al.*, 2018, GRAVES, 2018) e é modificado pela introdução de um outro ator: o Facebook. O convênio com a empresa (3PFC) não apenas altera a estrutura das agências, que precisam criar ferramentas automatizadas para aquela rede social (como *bots*), mas também sua metodologia, critérios de noticiabilidade e lógica de trabalho.

Na seção 4.1.4, discutiu-se as assimetrias presentes nas relações entre organizações jornalísticas e plataformas. Observa-se, já em 2018, que o acordo entre as agências de checagem e o Facebook estabelecia uma nova forma de produzir jornalismo. Tal dinâmica também está presente nos demais casos analisados, especialmente nas checagens sobre a Covid-19. Em artigo em que analisam verificações sobre a pandemia publicadas por Aos Fatos e Lupa entre janeiro e março de 2020, Lemos e Oliveira (2021, p. 77) argumentam que “o convênio entre as agências de checagem e a plataforma é o principal fator que levava um conteúdo a ser verificado e a plataforma também define formatos de FN priorizando o desempenho de algumas postagens”.

Ainda na análise das verificações sobre declarações de Bolsonaro na eleição de 2018, é possível observar a relevância das fontes oficiais para a checagem. “Fontes oficiais são tidas como as mais confiáveis e é comum não serem mencionadas: os dados que propõem são tomados por verdadeiros”, comenta Lage (2008, p. 63). São a fonte primária de notícias – o que coloca em xeque a acurácia jornalística (PATTERSON, 2013). Como lembra Schmidt (2011) as fontes possuem interesses e o apresentam ao repórter aquilo que consideram relevante (LAGE, 2008).

“Fontes oficiais, como comprovam autores de todas as épocas, falseiam a realidade. [...] Sonegam informações de que efetivamente dispõem [...], destacam aspectos da realidade que convêm as instituições”, alerta Lage (2008, p. 63-64). Ademais, há de se considerar que

O resultado de uma consulta à fonte depende, assim, basicamente, da intenção que essa fonte atribui ao repórter. Se acha que o repórter é uma ameaça (posição frequente entre os ricos e os que têm algo a esconder), será parcimoniosa nas respostas; se vê na conversa uma oportunidade de defender seus direitos (o que é provável entre pessoas pobres), enfatizará reinvidicações e reclamações; se teme que o repórter não compreenda algo (o que ocorre, em regra, com cientistas e pesquisadores de ciências exatas), procurará ser minuciosa e redundante na explicação. (LAGE, 2008, p. 57)

A atuação do Ministério da Saúde durante a pandemia de Covid-19 expõe os desafios de se confiar cegamente na fonte oficial. A pasta alterou o horário de divulgação do número de casos e de óbitos de forma que tais dados fossem apresentados após o *Jornal Nacional* – e em um horário que tornava praticamente inviável a publicação dos dados em telejornais, exceto em emissoras *all news*. Também houve modificação no cálculo de infectados e de mortes, desmonte do *Saúde sem Fake News* e a pasta passou a retardar respostas a pedidos da imprensa. É nesse contexto, como explicou repórter do Aos Fatos entrevistado para esta tese, que a agência deixou de considerar o Ministério da Saúde como uma fonte confiável ou célere.

A análise das checagens sobre declarações de Bolsonaro durante a eleição de 2018 também demonstrou que as agências de checagem evitam utilizar verbos que indicam dolo por parte do então candidato. Dessa forma, apontava-se que Bolsonaro errou, não que mentiu; que disse informações equivocadas, não que falsificou a verdade. Nas entrevistas com os jornalistas, realizadas após a análise de checagens sobre a Covid-19, observou-se que tal prática não é somente uma estratégia para evitar processos, mas deve-se a limitações na metodologia de checagem. É difícil comprovar que alguém apresentou – com intenção de enganar – uma informação incorreta.

Por fim, ressalta-se que a primeira versão da metodologia, cuja aplicação foi aqui relatada, teve resultados interessantes. Observou-se que os conteúdos falsos e a checagem se distinguiam pelo modo como se fundamentavam, pelo grau de facticidade envolvido. Tal perspectiva, contudo, demandava uma gradação, exigia que fosse possível distinguir uma boa instauração – uma fundamentação mais robusta – de uma base capenga. Só foi possível operacionalizar tal questão, contudo, quando se redesenhou essa metodologia a partir das considerações de Latour (2001, 2019) sobre o modo [REF].

Analisar as cadeias de referência e sua extensão permite avaliar a qualidade da instauração, como já se discutiu na introdução desta tese e na seção 4.1.2. Quando se considera

as cadeias de referência, é possível observar uma objetividade que não é um fato-*fe(i)tiche* – algo que o conceito de facticidade, por si, não permite. Considerar o modo da referência ainda permite comparar as *fake news* com o texto de checagem – e, como aponta artigo de Lemos e Oliveira (2021, p. 76), são modos distintos de verificação. “As FN são construídas com pretensão factual, ancoradas em falsas cadeias de referências e reforçada não pelo da ciência (REF), mas pelo modo religioso (REL)”.

5.1.2 Uma metodologia para analisar as cadeias de referência

Considerando o objetivo desta tese e, ainda, a Hipótese B, busca-se analisar, nas checagens, a criação / evocação das cadeias de referência e sua extensão, por meio da análise de conteúdo e entrevistas com jornalistas das agências. São descritos, a seguir, os procedimentos de coleta das checagens, codificação, análise, a realização das entrevistas e as limitações da pesquisa. O Quadro 7 sintetiza o desenho desta fase da metodologia:

Quadro 7 - Fontes consultadas, coleta, tratamento e tipo de análise

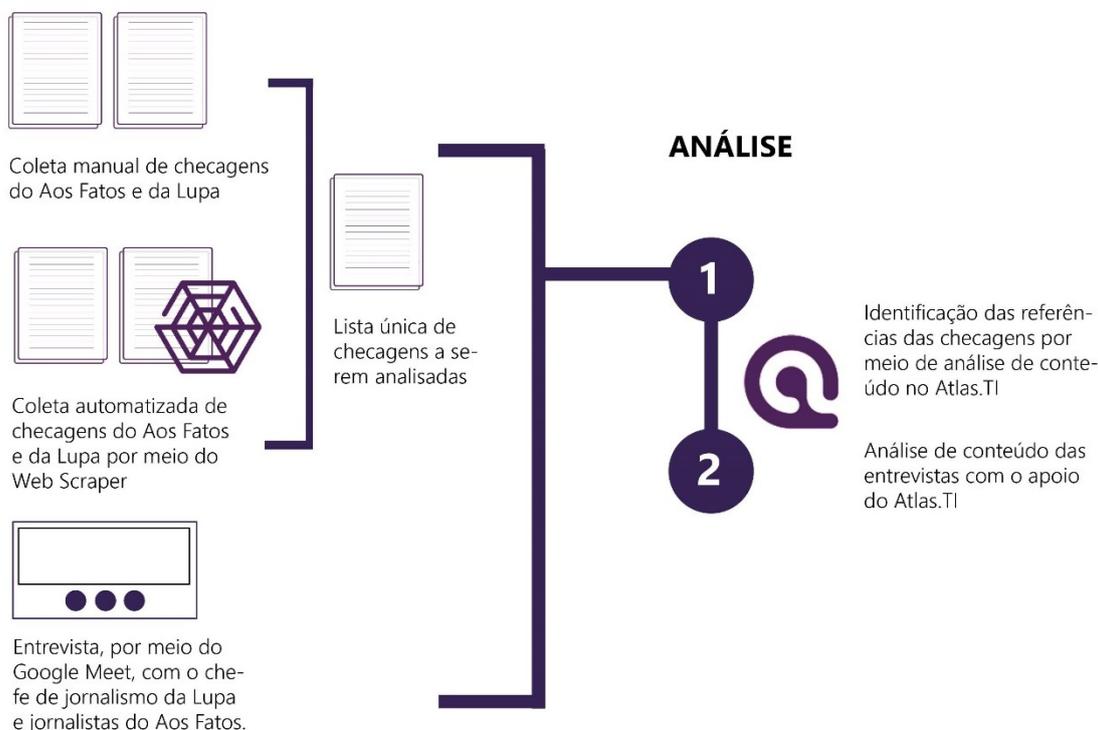
	Coleta / Método	Tratamento	Análise
Checagens jornalísticas do Aos Fatos e Lupa	Coleta manual das checagens, com conferência de outra pessoa.	Cópia das checagens em arquivo <i>rtf</i> . Arquivos renomeados para padrão específico.	Análise de conteúdo no Atlas.TI para identificação de cadeias de referência
	Uso do <i>WebScrapper</i> e de planilha no Excel para conferência das matérias coletadas.	Desenvolvimento de livro de códigos.	
Entrevistas com checadores	Entrevista semiestruturada por meio do <i>Google Meet</i>	Transcrição da entrevista	Análise de conteúdo para identificação de rotinas jornalísticas

Fonte: elaborado pelo autor, 2023.

Por sua vez, a Imagem 35 apresenta os procedimentos metodológicos desenvolvidos nesta etapa da análise:

Imagem 35 - Fluxograma dos procedimentos metodológicos – Parte 2

COLETA



Fonte: dados da pesquisa, 2023.

5.1.2.1 Coleta das checagens e critérios de seleção

Checagens desenvolvidas por Aos Fatos e Lupa sobre os casos analisados (*kit gay*, Vaza Jato e Covid-19) foram identificadas por meio da ferramenta de busca presente no *site* das agências. A coleta de checagens sobre o *kit gay* desenvolvidas por Aos Fatos e Lupa foi desenvolvida em 11 de junho de 2020. Para tanto, utilizou-se a ferramenta de pesquisa disponível no *site* das agências, a partir da busca pelos termos “*kit gay*”, “ideologia de gênero”, “escola sem partido”, “MEC”, “Ministério da Educação”. A mesma pesquisa foi desenvolvida no buscador do Google, restringindo os resultados aos conteúdos encontrados no *site* do Aos Fatos e da Lupa – buscou-se, por exemplo, “*kit gay site:aosfatos.org*”. Todos os resultados foram listados em uma tabela e verificados manualmente, para que fossem selecionadas apenas as checagens sobre o *kit gay* e assuntos correlatos (ideologia de gênero, por exemplo).

Procedimento semelhante foi adotado para coletar as verificações das agências sobre a Vaza Jato. Como termos de busca foram utilizados “Vaza Jato”, “Gleen Greenwald”, “Verdevaldo”, “David Miranda”, “Intercept”, “Lava Jato” e “Moro”. Também foi utilizado o

buscador do Google, com semelhante restrição de resultados, com subsequente tratamento manual. As coletas foram realizadas em 20 de junho de 2020.

No caso das checagens sobre a Covid-19, considerou-se os termos “coronavírus”, “Covid-19”, “pandemia” e “novo coronavírus”. A identificação dessas checagens, no entanto, foi diferente. A Lupa fez uma postagem em que reunia todas as checagens da agência sobre a pandemia, artigo considerado no levantamento de checagens. Por sua vez, o Aos Fatos não compila tais textos, o que demandou a pesquisa no sistema de pesquisa do *site* e, também, por meio das palavras-chave supracitadas. As postagens adequadas aos critérios de inclusão foram, então, coletadas manualmente.

Para garantir que a coleta manual tivesse elencado todas as publicações sobre o coronavírus, fez-se uma raspagem de dados dos *sites* de Aos Fatos e Lupa. Observa-se que tais matérias não são protegidas por *paywall*, não são reproduzidas nesta tese nem são aqui utilizadas para fins comerciais: assim, não há infração de direitos de propriedade intelectual ou infrações éticas. Descrição dos procedimentos de raspagem é encontrada no Apêndice A – Métodos Digitais de Pesquisa Adotados. A raspagem foi comparada com a coleta desenvolvida manualmente e eventuais conteúdos que não haviam sido inseridos foram acrescentados ao *corpus*.

O Quadro 8 sintetiza a composição do *corpus* da pesquisa:

Quadro 8 - Critérios de inclusão e exclusão de checagens na análise

	Kit Gay	Vaza Jato	Covid-19
<i>Termos de busca</i>	“Kit Gay”, “ideologia de gênero”, “escola sem partido”, “MEC” e “Ministério da Educação”	“Vaza Jato”, “Vazajato”, “Show do Pavão”, “Pavão Misterioso”, “Intercept”, “Gleen Greenwald”, “David Miranda”	“Coronavírus”, “Covid-19”, “Pandemia”, “Novo coronavírus”
	Checagem publicada pelas agências Aos Fatos e Lupa que discuta, em alguma parte, o <i>kit gay</i> .	Checagem publicada pelas agências Aos Fatos e Lupa que discuta, em alguma parte, a Vaza Jato.	Checagem publicada pelas agências Aos Fatos e Lupa que discuta <i>especificamente</i> a Covid-19.
	O tema principal da checagem deve ser relacionado ao <i>kit gay</i> , sendo excluídas matérias que tratem sobre assuntos não relacionados	O tema principal da checagem deve ser relacionado à Vaza Jato, sendo excluídas matérias que tratem sobre assuntos não relacionados	O tema principal da checagem deve ser a pandemia, sendo excluídas matérias que tratem sobre o pleito eleitoral e outros conteúdos não relacionados
<i>Critérios de seleção</i>	Texto publicado pelas agências Aos Fatos e Lupa entre 2018 e 2019.	Texto publicado pelas agências Aos Fatos e Lupa em 2019.	Texto publicado pelas agências Aos Fatos e Lupa em 2019.

	Kit Gay	Vaza Jato	Covid-19
			Lupa entre janeiro e dezembro de 2020
	Checagens que foram realizadas diretamente pela equipe das agências analisadas.		
<i>Critérios de exclusão</i>	Matérias de serviço, editoriais, reportagens, jornalismo em quadrinhos, quizzes ou formatos que não sejam checagens.		
<i>Data da coleta</i>	11 de junho de 2020	20 de junho de 2020	Outubro de 2021
<i>Corpus selecionados</i>	19 textos, sendo 14 publicados pelo Aos Fatos e 5 pela Lupa (listados no Apêndice C).	20 textos, sendo 8 publicados pelo Aos Fatos e 12 na Lupa (listados no Apêndice C).	619 textos, sendo 233 publicados pelo Aos Fatos e 386 na Lupa (listados no Apêndice C).

Fonte: dados da pesquisa, 2023.

Desse modo, as checagens analisadas na presente tese são descritas na Tabela 5:

Tabela 5 - Composição do *corpus* de checagens

Caso	Coletadas	Excluídas	Corpus
<i>Kit gay</i>	30	11	19
Aos Fatos	21	7	14
Lupa	9	4	5
<i>Vaza Jato</i>	27	7	20
Aos Fatos	14	6	8
Lupa	13	1	12
<i>Covid-19</i>	676	57	619
Aos Fatos	251	18	233
Lupa	425	39	386
Total	733	75	658

Fonte: elaborado pelo autor, 2023.

O conteúdo das checagens foi copiado para um arquivo de texto no formato *.rtf* (*rich text format*), para ser analisado por meio do *software* ATLAS.ti. Cada arquivo foi renomeado a partir do seguinte padrão: DIA-MÊS-AGÊNCIA-AUTOR-TEMA.rtf. Alguns problemas encontrados no processo de coleta e soluções adotadas foram listados em diário de campo, apresentado no Apêndice E – Diário de Campo.

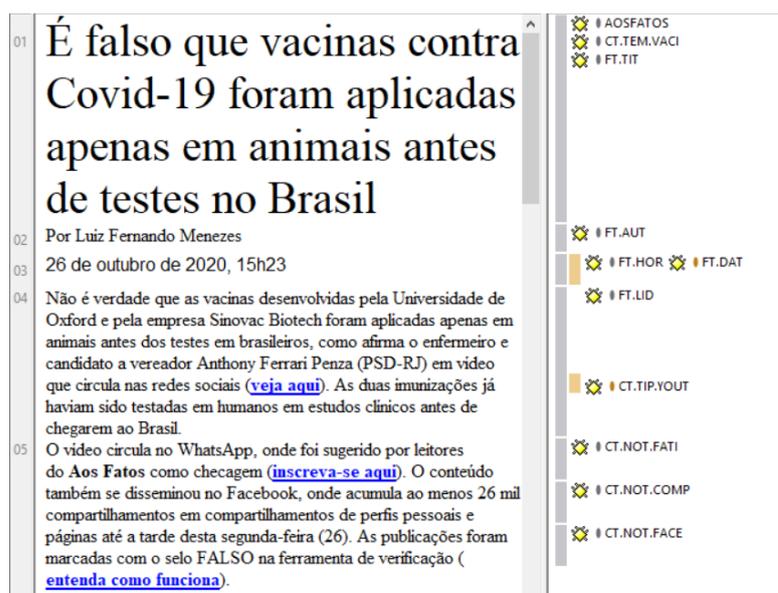
O conteúdo dos textos foi analisado com o objetivo de identificar a metodologia de checagem ou verificação adotada, além de descrever os elementos que criam cadeias de referência - à semelhança do método adotado por Martine e De Mayer (2018), identifica-se as referências do próprio texto: documentos e fontes citadas, referências a parágrafos anteriores,

forma de apresentação dos dados etc. –, como o fato é narrado, bem como o levantamento de documentos e fontes consultadas e seu uso no texto, buscando analisar a extensão das cadeias de referência evocadas / criadas por tais checagens.

5.1.2.2 Codificação e análise

Nas checagens, identifica-se que fontes são citadas e em que condição são evocadas. O livro de códigos utilizado para análise das checagens sobre a Covid-19 está disponível no Apêndice F. A existência de uma codificação específica para tal caso se justifica por sua extensão: tanto o *kit gay* quanto a Vaza Jato foram objeto de poucas checagens, com parca diversidade de fontes. A codificação foi realizada a partir do Atlas.TI, como demonstra a Imagem 36:

Imagem 36 - Codificação de checagem sobre a Covid-19



Fonte: captura de tela, 2023.

5.1.2.3 Entrevistas

Acompanham as análises aqui apresentadas entrevistas realizadas em 2021 com jornalistas das agências Aos Fatos e Lupa. Tais conversas foram autorizadas pelo Comitê de Ética em Pesquisa da Faculdade de Farmácia da UFBA, sob o parecer 4.625.326 (Anexo A). Considerando a pandemia de Covid-19 e as recomendações de distanciamento social, tais conversas foram realizadas por meio de videoconferência, sendo posteriormente degravadas.

Não é disponibilizada a transcrição destas entrevistas nesta tese, buscando-se garantir seu anonimato e evitar possíveis problemas na redação⁴.

5.1.2.4 Limitações da pesquisa

A principal limitação desta etapa da metodologia está relacionada à coleta das checagens. Neste sentido, vale observar que resultam da seleção noticiosa das redações das agências – noticiabilidade muito relacionada ao Facebook. “No projeto de verificação do Facebook, a seleção noticiosa é terceirizada, deixa de ser feita pelas agências de checagem e passa a ser responsabilidade de usuário e plataforma”, como demonstram Lemos e Oliveira (2021, p. 80). Uma breve análise dos resultados desta pesquisa corrobora isso: das 19 verificações sobre o *kit gay*, 8 são conteúdos que circularam na plataforma; todas as 20 checagens sobre a Vaza Jato foram disseminadas no Facebook; e 531 (das 619) verificações sobre Covid-19 também resultam do convênio. Deste modo, pode-se falar que o *corpus* de checagens analisado é uma espécie de curadoria da plataforma.

Isto não significa, no entanto, que não se trata de amostra representativa, tampouco impede que se compreenda o modo como as cadeias de referência são produzidas/ evocadas no texto de checagem. Tal *corpus* também permite compreender as relações entre plataforma e organização jornalística, acordo esse marcado por assimetria financeira e constrangimentos organizacionais (JURNO; D’ANDRÉA, 2021). Por fim, destaca-se que o *corpus* contempla todas as matérias de checagem sobre os temas produzidas pelas agências que atendem aos critérios anteriormente citados, o que implica em um corpo robusto de matérias aqui destrinchadas.

É importante considerar, também, que o *fact-checking* pode ser um instrumento para aferir a disseminação de um conteúdo falso. “A checagem [...] sobre peças desinformativas é um ótimo medidor de quão avançada está uma estratégia de desinformação, quantas pessoas já alcançou, o que é relevante para determinados públicos”, argumentou Tai Nalon (CONVERSAÇÕES, 2020), cofundadora e diretora-executiva do Aos Fatos em debate desenvolvido pelo Programa de Estudos Pós-Graduados em Tecnologias da Inteligência e Design Digital (TIDD – PUC/SP). Dessa forma, ainda que exista um viés de seleção, determinado tanto pelas rotinas das agências de checagem como pelo 3PFC, ainda é possível aferir que tipos de conteúdos e temáticas estão relacionados a campanhas de desinformação.

⁴ À época da entrevista, o Aos Fatos contava com quatro jornalistas na redação. O pesquisador entrevistou dois destes repórteres. Na apresentação dos resultados, evita-se dar descrições que permitam identificar o entrevistado.

Ressalta-se, ainda, que a composição desigual do *corpus* reflete não somente o 3PFC do Facebook, mas também as rotinas produtivas, critérios de noticiabilidade e a própria metodologia das agências. A quantidade reduzidas de checagens sobre a Vaza Jato, por exemplo, deve-se à dificuldade que checadores tiveram de verificar conteúdos sobre o caso. Como explicou o coordenador de jornalismo da Lupa em entrevista,

Sobre a Vaza Jato, a gente tem alguns problemas, muito do que começou a surgir naquele momento a gente não tinha como verificar. [...] O que teve também era muita coisa como, por exemplo, o Pavão Misterioso. Óbvio que aquele Pavão Misterioso era falso, mas desconstruir aquilo por checagem é muito complicado. [...] Às vezes, nesses casos, acho que checagem nem é tanto o mais adequado, às vezes você tem de fazer uma matéria explicando que aquilo não tem nenhum embasamento, mas sem uma checagem de verdadeiro ou falso. Eu acho que a checagem tem umas certas limitações, mas mesmo assim os veículos de checagem têm de fazer essas checagens não checagens, é preciso explicar. (Coordenador de Jornalismo da Lupa em entrevista).

Em relação ao livro de códigos adotado na análise, pode-se questionar algumas classificações adotadas em casos específicos. Tanto a Fundação Oswaldo Cruz (Fiocruz) como o Instituto Butantan foram considerados instituições de pesquisa [CT.FTP.CIEN.INS], embora sejam ligados a órgãos governamentais [CT.FTP.OFIC]. Tratam-se, de fato, de organizações científicas organizadas em laboratórios. No entanto, não estão livres de pressões políticas: os sucessivos erros na comunicação dos resultados da CoronaVac, por exemplo, atestam a influência governamental no Butantan.

Há outros casos: as checagens citam a Agência EBC, noticioso da estatal brasileira, e o *Granma*, veículo jornalístico oficial do Partido Comunista de Cuba. Tais portais foram considerados como noticiosos [CT.FTP.PNOT], apesar de sua relação institucional com fontes oficiais. Não se pode olvidar, afinal, a preferência do jornalismo por fontes oficiais (LAGE, 2008), percebida nas checagens e na metodologia das agências – procedimentos que só mudam quando as próprias fontes oficiais deixam de ser confiáveis. Ademais, não é possível ignorar que diversos interesses econômicos pautam a produção de jornais independentes como a *Estadão*, *Folha de S. Paulo* e *O Globo*. Vale ressaltar, por fim, que *releases* em sites governamentais são considerados fontes oficiais – é o caso de conteúdos do Gov.BR, classificados assim [CT.FTP.OFIC.FE].

Ora, a classificação adotada não é arbitrária, mas pauta-se na função jornalística de uma fonte, no seu uso na matéria. Quando o Butantan é procurado para explicar boatos ou eventuais percalços e intercorrências na produção da CoronaVac, é uma fonte institucional; quando fala de questões administrativas, é oficial; mas quando explica procedimentos

científicos, é fonte especializada / instituto de pesquisa. Tal percepção guiou a análise de cadeias de referência aqui desenvolvidas. Nesse sentido, foram consultadas publicações de Sousa (2001), Lage (2008) e Schmidt (2011). O diário de campo (Apêndice E) apresenta desafios enfrentados e soluções adotadas.

Outra limitação está relacionada às entrevistas, mais especificamente sobre o *status* profissional de cada entrevistado nas redações. Na Lupa, o entrevistado é coordenador de jornalismo da agência, enquanto dois repórteres do Aos Fatos foram contatados. Buscou-se contatar a direção da agência para as entrevistas, sem sucesso. Observa-se, no entanto, que as entrevistas buscavam permitir a compreensão das rotinas produtivas das empresas, não tendo o objetivo de entender as relações institucionais com o Facebook, por exemplo (convênio que é, inclusive, objeto de acordo de confidencialidade). Considerando tal meta, entende-se que as conversas realizadas são suficientes.

5.2 As checagens do *kit gay*

Dentre os 19 textos de checagem analisados, 12 (63,15%) foram publicados entre 28 de agosto e 28 de outubro de 2018, período de campanha eleitoral para a presidência da República. A primeira verificação foi publicada pelo Aos Fatos às 23h08 do dia 28 de agosto, após entrevista de Jair Bolsonaro no *Jornal Nacional*, ocasião em que o então presidente disse que o livro *Aparelho sexual e Cia.* teria sido distribuído nas escolas públicas. Na análise das checagens sobre o *kit gay*, observa-se que parte significativa das matérias são produzidas a partir de declarações públicas do candidato em programas de rádio e TV.

São três textos de verificação publicados em agosto (3, ou 15,79%), três em setembro (3, ou 15,79%), oito em outubro, incluindo declarações do presidente eleito (8, ou 42,11%) e um em dezembro de 2018 (1, ou 5,26%). Foram publicadas quatro checagens sobre o *kit gay* em 2019 (4, ou 21,05%), uma por mês – em 01º de janeiro, 05 de setembro, 05 de outubro e 19 de novembro. Esse último texto (publicado pela Lupa, em 19/11/2019, sob o título “Kit gay, seminário LGBT infantil e lei do incesto: exemplos de desinformação sobre educação sexual no Brasil”) é um especial que compila todas as verificações sobre o *kit gay* e assuntos correlatos publicados pela agência.

Tabela 6 - Produção de checagens sobre o *kit gay* por jornalista

Repórter	Total de textos	Textos em coautoria	%
Agência Aos Fatos	14	6	100
Alexandre Aragão	2	1	14,29*
Ana Rita Cunha	3	3	21,43*
Bárbara Libório	3	3	21,43*
Bernardo Moura	2	2	14,29*
Bruno Fávero	1	-	7,14*
Judyte Cypestre	4	2	28,57*
Luiz Fernando Menezes	4	4	28,57*
Tai Nalon	1	-	7,14*
Sem assinatura	4	-	28,57
Agência Lupa	5	-	100
Chico Marés	1	1	20*
Clara Becker	2	-	40
Equipe Lupa	1	-	20
Maurício Moraes	1	1	20*
Leandro Resende	1	1	20*
Nathália Afonso	2	2	40*

* Alguns textos são considerados mais de uma vez, em função de serem produzidos em coautoria, o que implica em um *n* maior que 19 (100%).

Dos 19 textos (conferir Apêndice C), sete verificam supostos materiais inadequados a crianças e adolescentes que teriam sido distribuídos nas escolas (7, ou 36,84%), sete avaliam declarações feitas por políticos em eventos públicos e programas de TV (sendo seis, sobre afirmações de Bolsonaro e uma, acerca de fala de João Dória). Três textos checam conteúdos que indicam o então candidato petista à presidência, Fernando Haddad, como pai do *kit gay* e defensor da ideologia de gênero (3, ou 15,79%). Por fim, duas checagens discutem temas diversos (2, ou 10,53%). A temática dos textos aponta uma verificação pautada nas demandas surgidas com o pleito, sendo os conteúdos escolhidos pela notoriedade de quem os compartilhou / defendeu.

Por fim, destaca-se que quatro das checagens publicadas pelo Aos Fatos compunham o Projeto Comprova¹ e, assim, não eram textos assinados. Tais conteúdos foram mantidos no *corpus* por se tratar de checagens, ainda que em um padrão de texto diferente do produzido pelas agências analisadas. Cabe apontar que, dentre as 19 verificações, apenas uma foi publicada em um fim de semana (matéria da Lupa em 05 de outubro de 2019, sábado), embora os textos produzidos durante as eleições eram publicados comumente fora do horário comercial. Todos os conteúdos checados tiveram grande repercussão nas redes sociais ou foram oriundos de declaração de político em programa de TV ou evento público, como aponta a Tabela 7:

Tabela 7 - Número de vezes que os conteúdos sobre o *kit gay* checados foram compartilhados

Compartilhamentos	<i>n</i>	%
Até 10.000	2	10,53
3.500	1	5,26
10.000	1	5,26
De 10.001 a 50.000	2	10,53
11.000	1	5,26
12.200	1	5,26
Mais de 50.000	2	5,26
Não informado	13	68,42
Total geral	6	100

Fonte: elaborado pelo autor, 2023.

¹ Projeto que reúne órgãos de imprensa em uma única iniciativa de checagem de dados, garantida a possibilidade de compartilhamento de publicações. Mais sobre o Comprova em <https://projeto comprova.com.br/about/>.

Tabela 8 - Noticiabilidade de checagens sobre o *kit gay* no Aos Fatos e na Lupa

Temática	Textos	Debates e eventos	Comprova	Facebook	Sugestão por WhatsApp	LupaAqui
Afirmações de políticos	7	7	-	-	-	-
Materiais do <i>kit gay</i>	7**	1	2	4	-	-
Haddad, pai do <i>kit gay</i>	3	-	-	3	2	-
Outros temas	2	-	-	1	1	-
Total geral	19	8*	2	8	3	-

* A soma é superior a 103, já que mesmo conteúdos indicados por leitores por meio do WhatsApp ou do LupaAqui foram etiquetados por meio do projeto de verificação do Facebook, como as checagens indicam.

** Uma das matérias publicadas é um especial, que reúne diversas checagens em uma só. Não é possível definir, nesse caso, a origem da checagem.

Fonte: elaborado pelo autor, 2023.

A partir da análise, é possível observar que um conteúdo supostamente falso é checado pela notoriedade de quem o disseminou, bem como por sua relevância nas redes sociais digitais. Dentre as verificações sobre o *kit gay*, predomina a verificação de falas de políticos em programas de TV ou eventos públicos, prática mais comum nas agências analisadas antes do convênio com o Facebook – ver Tabela 8. Os textos publicados em 2018, portanto, valorizam a figura política que afirmou algo. Naquele contexto, o projeto Comprova também é importante fator para que algum conteúdo fosse checado: as empresas de jornalismo parceiras assinaram acordo de cooperação e republicação de textos, o que afetou certamente a rotina das redações do Aos Fatos e Lupa.

Vale considerar, ainda, que características de um conteúdo falso levam um jornalista a selecioná-lo para uma checagem. Para tanto, foram desenvolvidas entrevistas com os repórteres das agências e, se possível, observação sistemática das reuniões de pauta e dos procedimentos de redação. Nessa etapa da pesquisa, a análise se pautou na avaliação dos valores-notícia atribuídos aos conteúdos checados. Segundo a literatura, ao decidir que acontecimentos irá noticiar, um jornalista lhes atribui valor *a priori*, a fim de ponderar o que é noticiável e o que não o é. A partir da análise de conteúdo das checagens sobre o *kit gay*, foi desenvolvido o Quadro 9, em que se busca identificar os valores atribuídos aos conteúdos checados:

Quadro 9 - Valores-notícia encontrados nos textos de checagem sobre o kit gay

Temática	Valores em ordem decrescente de frequência
Afirmações de políticos	Notoriedade, inusitado, conflito, Interesse público, atualidade.
Materiais do <i>kit gay</i>	Inusitado, dimensão, conflito, interesse público, atualidade.
Haddad, pai do <i>kit gay</i>	Notoriedade, interesse público, inusitado, atualidade.
Outros temas	Inusitado, interesse público, atualidade.

Fonte: elaborado pelos autores, 2023.

5.2.1 Referências

Ao desenvolver a verificação, os jornalistas mencionam documentos, bases de dados públicas, posicionamentos oficiais, dentre outras fontes. Nos textos sobre o *kit gay*, há uma média de 7,05 citações por texto (ver Tabela 9). No caso do *kit gay*, predomina o acesso a fontes oficiais (41) e textos jornalísticos (27, ver Tabela 10 na seção 5.2.3 *Dados da pesquisa*).

Tabela 9 - Número de citações por texto nas checagens do Aos Fatos e da Lupa sobre o *kit gay*

Temática	Textos	Citações	Proporção	%
Afirmações de políticos	7	50	7,14	35,97
<i>ago. 18</i>	1	15	15,0	10,79
<i>out. 18</i>	4	22	5,5	15,83
<i>jan. 19</i>	1	7	7,0	5,04
<i>out. 19</i>	1	6	6,0	4,32
Materiais do <i>kit gay</i>	7	46	6,57	33,09
<i>ago. 18.</i>	2	5	2,5	3,60
<i>set. 18</i>	1	4	4,0	2,88
<i>out. 18</i>	1	6	6,0	4,32
<i>dez. 18</i>	1	3	3,0	2,16
<i>set. 19</i>	1	5	5,0	3,60
<i>nov. 19</i>	1	27	27,0	19,42
Haddad como pai do <i>kit gay</i>	3	22	7,33	15,83
<i>set. 18</i>	2	10	5,0	7,19
<i>out.18.</i>	1	12	12,0	8,63
Outros temas	2	21	10,5	15,11
<i>out. 18</i>	2	21	10,5	15,11
Total geral	19	134	7,05 (média)	100

Fonte: elaborado pelo autor, 2023.

Toda vez que uma fonte é citada, há indicação no texto da matéria. Quando esse documento está disponível on-line, seja porque está em bases de dados públicas ou foi digitalizado, insere-se *hiperlink* para que o leitor o consulte. Em alguns casos, as agências fundamentam suas checagens em metodologia própria: nessas situações, os procedimentos adotados são listados ao leitor, a fim de que ele possa repeti-los. Garante-se, desse modo, certa transparência à checagem e aos processos de apuração jornalística das agências.

Como apontado anteriormente, a aferição dessas citações não pode ser apenas quantitativa. A análise de referências demanda que se saiba: 1) quem falou; 2) o que se falou; 3) de que modo se falou isso; e 4) como isso é utilizado na argumentação. Deve-se atentar para o modo como essa fonte é convocada, a fim de entender de que forma a cadeia de referências é construída. Se, na ciência, as referências se dão através do uso de instrumentos, do uso do laboratório, no jornalismo, são produzidas por meio da consulta a fontes e documentos.

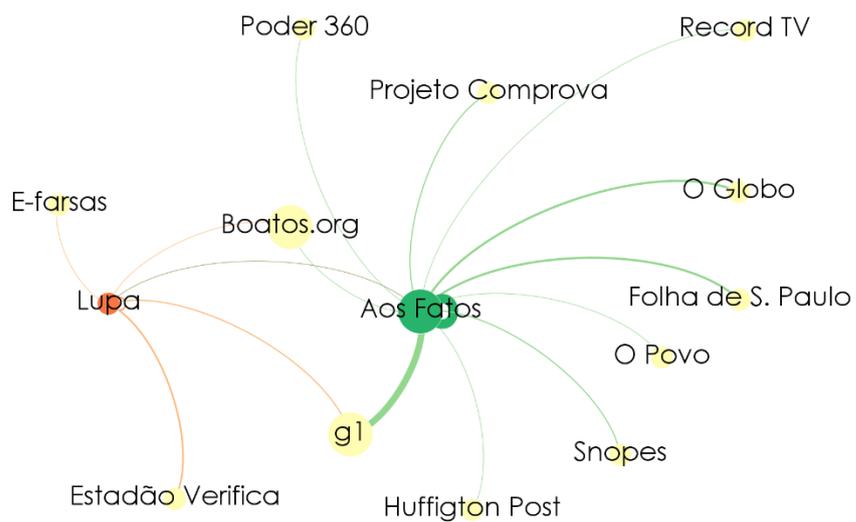
A seguir, apresenta-se os tipos de fonte convocados nas checagens sobre o *kit gay*, compilados na Imagem 38:

- **Fontes ligadas ao governo (*oficiais*)** são convocadas para justificar que o material sobre homossexualidade nunca foi distribuído nas escolas brasileiras, ou para a apresentação de documentos como os cadernos do projeto *Escola sem homofobia* ou o Plano Nacional de Educação. O governo de São Paulo e, também, a prefeitura de Fortaleza, são convocadas para posicionar-se sobre suposta distribuição de conteúdos considerados “inadequados” por políticos ou usuários da internet;
- **Fontes empresariais** são convocadas para que seja possível apresentar os livros *Aparelho sexual e Cia.* e, também, *Bú! Histórias de medo e terror*, materiais criticados por políticos e em correntes do WhatsApp, supostamente distribuídos nas escolas;
- **Fontes institucionais**, por sua vez, são convidadas para apresentar um posicionamento sobre o conteúdo falso analisado. Há um caso específico: a ONG *Inclusive* é citada nos textos porque, em seu site, hospedava o caderno desenvolvido no projeto *Escola sem homofobia*;
- **Fontes jornalísticas** são apresentadas, nas checagens sobre o *kit gay*, como fontes estáveis de informação, que permitem ao leitor informar-se de forma segura. São apresentadas, nesse caso específico, como fontes com informações mais seguras que aquelas apresentadas pelos órgãos oficiais.

A Imagem 37 apresenta a rede de fontes jornalísticas convocadas pelas checagens sobre o *kit gay* considerando o seu grau (número de conexões que entram ou saem de um nó específico). É um grafo dirigido (afinal, são as agências que citam as fontes e não o contrário).

Quanto maior o nó (círculo), mais vezes foi citado nos textos de checagem como fonte (grau de entrada). Os nós coloridos de verde e laranja são aqueles com maior grau de saída, ou seja, aqueles que citaram outras fontes (sendo que Aos Fatos é a agência que mais referências convocou).

Imagem 37 - Rede de fontes jornalísticas consultadas em checagens sobre o *kit gay*



Fonte: elaborado pelo autor, 2023.

Imagem 38 - Tipologia das fontes consultadas

fontes consultadas



texto jornalístico

- apresenta informações factuais sobre o assunto checado, utilizado para recuperar a cronologia de um evento ou autorreferência

- o texto jornalístico baliza a checagem, nunca sendo questionado: é uma fonte de informações "estável".



fontes oficiais

- apresentadas como fontes confiáveis, que se defendem em relação a uma acusação específica. Também são vistas como fonte consolidada de informação.

- aparecem o Ministério da Educação, a Câmara dos Deputados, o Portal da Transparência, o Projeto Escola sem homofobia e secretarias de comunicação estaduais e municipais.



pesquisa científica

- não tem relevância no kit gay. Matérias sobre temas correlatos, como a ideologia de gênero, usam a pesquisa científica para apresentar um histórico da questão.

- um parecer da UFMG é citado, a fim de apontar a adequação de um material que seria distribuído nas escolas.



empresas e instituições

- as empresas citadas são editoras que publicaram livros que, supostamente, compunham o kit gay. Elas apresentam seu posicionamento.

- instituições como ONGs, associações médicas e, até mesmo, comitês de campanhas de políticos são chamados para posicionar-se a respeito de questões como a ideologia de gênero.

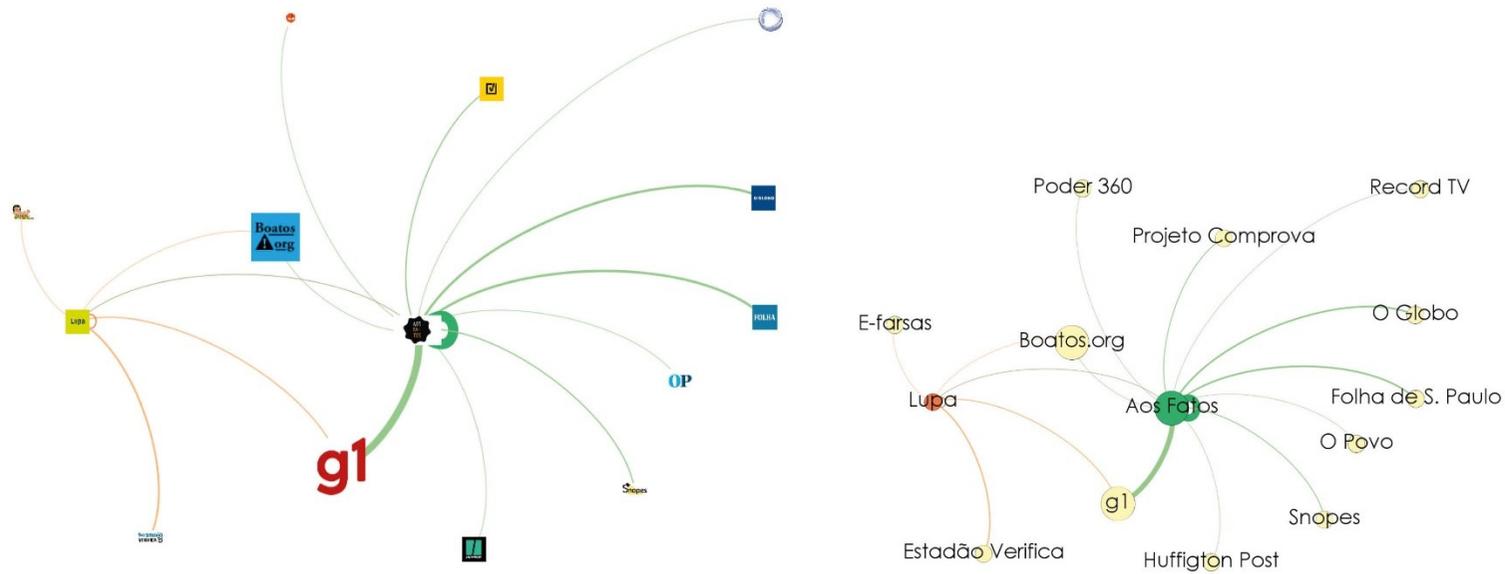


outras fontes

- utilizadas quando os outros tipos de fonte não permitem a verificação

- nos textos analisados, consultou-se o catálogo público on-line de bibliotecas portuguesas e o perfil do influenciador Felipe Neto.

Imagem 39 - Rede de fontes jornalísticas nas checagens do kit gay



Fonte	Aos Fatos	Lupa	Total
Aos Fatos	17	1	18
g1	12	2	14
Folha de S. Paulo	4	-	4
O Globo	4	-	4
Lupa	1	2	3
Estadão Verifica	-	3	3
Boatos.org	1	1	2
Comprova	2	-	2

Fonte	Aos Fatos	Lupa	Total
Snopes	2	-	2
E-farsas	-	1	1
Huff Post Brasil	1	-	1
O Povo	1	-	1
Record TV	1	-	1
Poder 360	1	-	1
Projeto Comprova	1	-	1

No grafo à direita, quanto maior o nó (círculo), maior o número de citações àquela fonte (grau de entrada). Em verde (Aos Fatos) e laranja (Lupa) estão os perfis com maior grau de saída (afinal, eles quem convocam as fontes). Observe-se que o Aos Fatos é bastante citado.

Fonte: elaborado pelo autor, 2023.

5.2.3 Dados da pesquisa

Tabela 10 - Compartilhamento dos conteúdos checados por Aos Fatos e Lupa sobre o *kit gay*

	Até 5.000 compartilhamentos	Entre 10000 e 50.000 compartilhamentos	Entre 50.000 e 100.000 compartilhamentos	140.000 compartilhamentos	Não informado	<i>n</i> total
Afirmações de políticos	-	-	-	-	7	7
Materiais do <i>kit gay</i>	1	1	-	-	5	7
Haddad, pai do <i>kit gay</i>	-	1	1	1	-	3
Outros temas	-	1	-	-	1	2
Total	1*	3*	1*	1*	13*	19

*O número de compartilhamentos aqui indicado é aquele apontado nos textos de checagem. Vale apontar que, como as verificações sobre falas dos políticos avaliam falas em programas de TV e eventos, as agências não indicaram quantas pessoas compartilharam aquele conteúdo nas redes sociais. Vale apontar, ainda, que no documento P5, afirma-se que uma postagem, já retirada do ar no momento de publicação da matéria, tinha atingido mais de 148 mil compartilhamentos.

Fonte: elaborado pelo autor, 2023.

Tabela 11 - Fontes citadas nos conteúdos checados por Aos Fatos e Lupa sobre o *kit gay*

Temática	Oficiais	Empresas e instituições	Universidades	Pesquisa científica	Jornalismo	Checagens	Autocitação	Outros	n total	%
Afirmações de políticos	19	2	-	-	10	3	11	5	50	35,97
<i>ago. 18</i>	7	-	-	-	4	3	0	1	15	10,79
<i>out. 18</i>	9	2	-	-	5	-	6	-	22	15,83
<i>jan. 19</i>	1	-	-	-	1	-	5	-	7	5,04
<i>out. 19</i>	2	-	-	-	-	-	-	4	6	4,32
Materiais do <i>kit gay</i>	13	5	1	1	4	7	2	13	46	33,09
<i>ago. 18.</i>	1	2	-	-	1	1	-	-	5	3,60
<i>set. 18</i>	1	1	-	-	-	1	-	1	4	2,88
<i>out. 18</i>	2	-	1	-	2	1	-	-	6	4,32
<i>dez. 18</i>	1	-	-	-	-	-	2	-	3	2,16
<i>set. 19</i>	1	-	-	1	1	-	-	2	5	3,60
<i>nov. 19</i>	7	4	-	-	1	5	-	10	27	19,42
Haddad: pai do <i>kit gay</i>	7	3	-	-	6	2	3	1	22	15,83
<i>set. 18</i>	2	2	-	-	3	2	-	1	10	7,19
<i>out.18.</i>	5	1	-	-	3	-	3	-	12	8,63
Outros temas	2	5	-	-	7	-	5	2	21	15,11
<i>out. 18</i>	2	5	-	-	7	-	5	2	21	15,11
Total geral	41	15	1	1	27	12	21	21	139	100

Fonte: elaborado pelo autor, 2023.

5.3 As checagens da Vaza Jato

Em 9 de junho de 2019, o *The Intercept* Brasil publicava as primeiras quatro reportagens da série investigativa sobre mensagens trocadas entre procuradores da Operação Lava Jato e o então juiz Sérgio Moro. No dia seguinte, o Aos Fatos publica a primeira checagem sobre o tema, às 14h25. Naquele 10 de junho, quatro (4, ou 20% do *corpus*) verificações foram postadas por Aos Fatos e Lupa. O *corpus* é composto por 16 checagens (80%) publicadas em junho e quatro (4, ou 20%) em julho – o que coincide com o retorno do perfil apócrifo *Pavão Misterioso*. Assim como ocorre nas checagens sobre o *kit gay*, é uma controvérsia política que promove a circulação de conteúdos falsos – e sua posterior checagem.

Tabela 12 – Produção de checagens sobre a Vaza Jato por jornalista

Repórter	Total de textos	Textos em coautoria	%
Agência Aos Fatos	8	-	100
Amanda Ribeiro	1	-	12,5
Ana Rita Cunha	1	-	12,5
Bruno Fávero	1	-	12,5
Luiz Fernando Menezes	5	-	62,5
Agência Lupa	12	-	100
Chico Marés	1	-	8,3
Maurício Moraes	5	-	41,6
Nathália Afonso	6	-	50

Fonte: elaborado pelo autor, 2023.

Dos 20 textos (conferir Apêndice C), todos publicados em dias úteis, 10 (ou 50%) verificam acusações feitas à Gleen Greenwald, à David Miranda e à Jean Wyllys, quatro (4, ou 20%) investigam o conteúdo das mensagens reveladas nas reportagens e quatro analisam a repercussão política da Vaza Jato. Por fim, duas checagens (2, ou 10%) checam acusações de que tais mensagens foram manipuladas. O teor das verificações ressalta a virulência dos ataques sofridos pela equipe de jornalistas do *The Intercept Brasil*, bem como o movimento de desvalorizar a série de reportagens.

Os conteúdos checados foram pouco compartilhados, como aponta a Tabela 13. Todas as verificações publicadas por Aos Fatos e pela Lupa são resultado do convênio celebrado com o Facebook – não se indica que algum texto tenha sido indicado para checagem pelo WhatsApp ou pelo LupaAqui. Os textos têm como valor-notícia o conflito, a notoriedade, a atualidade e o inusitado. Trata-se de *corpus* bastante homogêneo, especialmente em função das dificuldades enfrentadas pelas agências na checagem desses conteúdos. Em entrevista com o coordenador

de jornalismo da Agência Lupa, esse apontou que se tratava de caso de difícil verificação. Ressalta-se que a escolha da Vaza Jato para a tese não foi exitosa, em virtude da natureza dos conteúdos falsos disseminados. Afinal, essas postagens não são abarcadas totalmente pela metodologia das agências. No entanto, tal caso permite vislumbrar aspectos específicos da produção e disseminação de *fake news*, como destacam a primeira seção e o capítulo 6 desta tese.

As checagens sobre a Vaza Jato também foram pouco compartilhadas, ainda que as *hashtags* #ShowDoPavão e #OPavãoVoltou tenham alcançado os *trending topics* do Twitter (OLIVEIRA, 2019) e tenha sido uma grande controvérsia política. Na Tabela 13, apresenta-se o número de vezes que os conteúdos checados foram compartilhados:

Tabela 13 - Número de vezes que os conteúdos falsos sobre a Vaza Jato foram compartilhados

Compartilhamentos	<i>N</i>	%
Até 10.000	17	85
<i>Até 1.000</i>	6	30
<i>De 1.000 a 5.000</i>	8	40
<i>De 5.000 a 7.000</i>	3	15
De 10.000 a 20.000	2	10
<i>12.600</i>	1	5
<i>15.000</i>	1	5
Mais de 20.000	1	5
<i>21.000</i>		
Total geral	20	100

Fonte: elaborado pelo autor, 2023.

5.3.1 Referências

Quando checam conteúdos sobre a Vaza Jato, repórteres convocam principalmente fontes oficiais e textos jornalísticos. A média de citações por texto é de 4,64 (ver Tabela 14) – um número menor do que a média de citações usadas em postagens sobre o *kit gay* ou a Covid-19.

Tabela 14 - Número de citações por texto nas checagens da Aos Fatos e Lupa sobre a Vaza Jato

Temática	Textos	Citações	Proporção	%
Ataques a reputações	10	43	4,3	47,78
<i>jun. 19</i>	6	28	4,66	31,11
<i>jul. 19</i>	4	15	3,75	16,67
Conteúdos da Vaza Jato	4	16	4	17,78
<i>jun. 19</i>	4	16	4	17,78
Repercussões políticas	4	21	5,25	23,33
<i>jun. 19</i>	4	21	5,25	23,33
Manipulação	2	10	5	11,11
<i>jun. 19</i>	2	10	5	11,11
Total geral	20	90	4,64 (média)	100

Fonte: elaborado pelo autor, 2023.

As fontes consultadas são indicadas no texto da matéria e quando o conteúdo está disponível on-line, um *hiperlink* permite que o leitor o consulte. Há, ainda, casos em que a própria metodologia de apuração das agências é utilizada, nos quais se descreve os procedimentos adotados no corpo da checagem.

A seguir, apresenta-se os tipos de fonte convocados nas checagens sobre a Vaza Jato, compilados na Imagem 41:

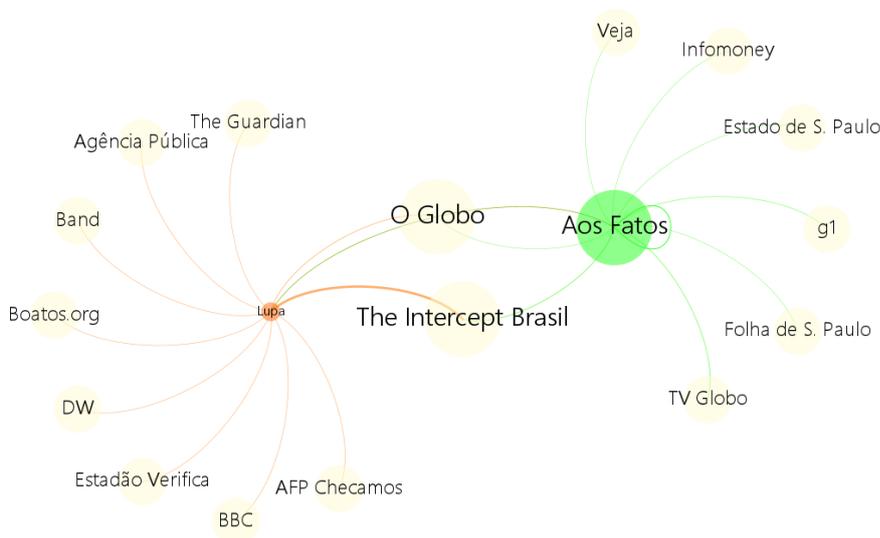
- **Fontes ligadas ao governo (*oficiais*)** são convocadas principalmente para confirmar se um conteúdo foi postado nas redes oficiais ou explicar fatores relacionados a detenção de David Miranda no aeroporto de Heathrow, em Londres, em 18 de agosto de 2013. Destaca-se a consulta a documentos produzidos pela Justiça do Reino Unido, relacionados a detenção de Miranda. Também se indica perfis oficiais do governo brasileiro nas redes sociais de internet, a fim de comprovar que determinado conteúdo não foi ali postado. Em menor frequência, notas oficiais do Ministério da Economia, da Polícia Federal e do Ministério Público Federal.

- **Fontes jornalísticas** são aquelas convocadas com mais frequência nas checagens da Vaza Jato. Seu uso é diverso: seja para explicar a detenção de David Miranda ou confirmar a veracidade de supostas mensagens relacionadas ao Vaza Jato. Possuem valor de

verdade, sendo convocados para explicar como se deu algum acontecimento. No caso das checagens, são usadas para confirmar os resultados da verificação da própria agência.

A Imagem 40 apresenta a rede de fontes jornalísticas convocadas pelas checagens sobre a Vaza Jato considerando o seu grau (número de conexões que entram ou saem de um nó específico). É um grafo dirigido (afinal, são as agências que citam as fontes e não o contrário). Quanto maior o nó (círculo), mais vezes foi citado nos textos de checagem como fonte (grau de entrada). Os nós coloridos de verde e laranja são aqueles com maior grau de saída, ou seja, aqueles que citaram outras fontes (sendo que Aos Fatos é a agência que mais referências convocou).

Imagem 40 - Rede de fontes jornalísticas nas checagens sobre a Vaza Jato



Fonte: elaborado pelo autor, 2023.

- **Fontes empresariais** convocadas estão relacionadas, de algum modo, ao vazamento de mensagens. É o caso dos perfis do Telegram no Twitter em inglês e português, usados para negar invasão *hacker* no aplicativo. Também é o que ocorre com nota da Band, que nega ter realizado entrevistas com o general Hamilton Mourão, vice-presidente. Ainda, notas do *The Intercept Brasil*, negando que Gleen Grenwald havia sido detido e garantindo a veracidade das mensagens vazadas.

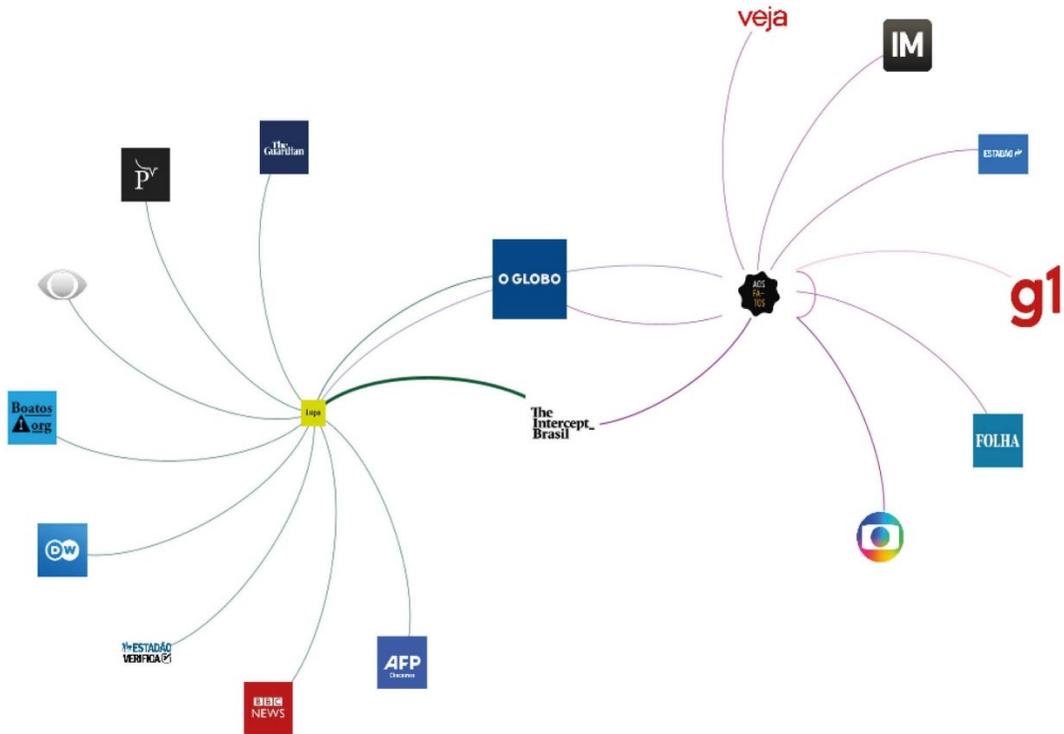
- A única **fontes institucional** é convocada para confirmar ou negar alguma afirmação que a relaciona aos vazamentos. É o caso da Ordem dos Advogados do Brasil, que faz notas para negar que havia pedido o fim da Operação Lava Jato após reunião com o Partido dos Trabalhadores.

Imagem 41 - Tipologia das fontes consultadas nas checagens sobre a Vaza Jato



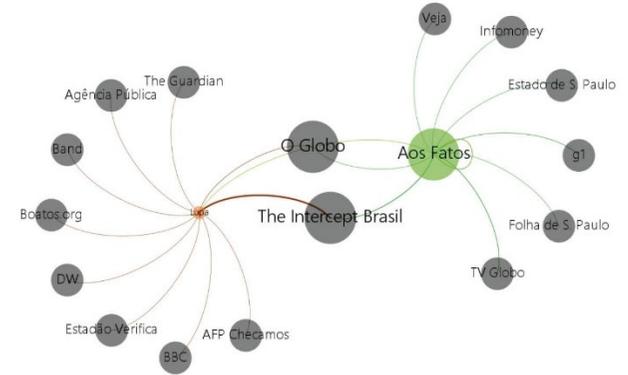
Fonte: elaborado pelo autor, 2023.

Imagem 42 - Rede de fontes jornalísticas nas checagens da Vaza Jato



Fonte	Aos Fatos	Lupa	Total
The Intercept Brasil	4	15	19
Aos Fatos	3	2	5
TV Globo	3	-	3

Fonte	Aos Fatos	Lupa	Total
O Globo	2	1	3
g1	2	-	2
Outros	5	8	13



No grafo à direita, quanto maior o nó (círculo), maior o número de citações àquela fonte (grau de entrada). Em verde (Aos Fatos) e laranja (Lupa) estão os perfis com maior grau de saída (afinal, eles quem convocam as fontes). Observe-se que o Aos Fatos também é bastante citado.

Fonte: elaborado pelo autor, 2023.

5.3.2 Dados da pesquisa

Tabela 15 - Compartilhamento dos conteúdos checados pela Aos Fatos e Lupa sobre a Vaza Jato

	Até 1.000 compartilhamentos	Entre 10000 e 5.000 compartilhamentos	Entre 5.000 e 10.000 compartilhamentos	Entre 10.000 e 15.000 compartilhamentos	> 15 mil comp.	<i>n</i> total
Ataques a reputações	5	2	3	-		10
Conteúdos da Vaza Jato	-	1	-	2	1	4
Repercussões políticas	2	2	-	-	-	4
Manipulação	-	2	-	-	-	2
Total	7	7	3	2	1	20

Fonte: elaborado pelo autor, 2023.

Tabela 16 - Fontes citadas nos conteúdos checados pela Aos Fatos e Lupa sobre a Vaza Jato

Temática	Oficiais	Empresas e instituições	Universidades	Pesquisa científica	Jornalismo	Checagens	Autocitação	Outros	n total	%
Ataques a reputações	15	2	-	-	14	5	-	7	43	47,78
<i>jun. 19</i>	13	-	-	-	8	4	-	3	28	31,11
<i>jul. 19</i>	2	2	-	-	6	1	-	4	15	16,67
Conteúdos da Vaza Jato	-	3	-	-	11	-	2	-	16	17,78
<i>jun. 19</i>	-	3	-	-	11	-	2	-	16	17,78
Repercussões políticas	2	7	-	-	6	-	1	5	21	23,33
<i>jun. 19</i>	2	7	-	-	6	-	1	5	21	23,33
Manipulação	-	7	-	-	1	-	-	2	10	11,11
<i>jun. 19</i>	-	7	-	-	1	-	-	2	10	11,11
Total geral	17	19	-	-	32	5	3	14	90	100

Fonte: elaborado pelo autor, 2023.

5.4 As checagens da Covid-19

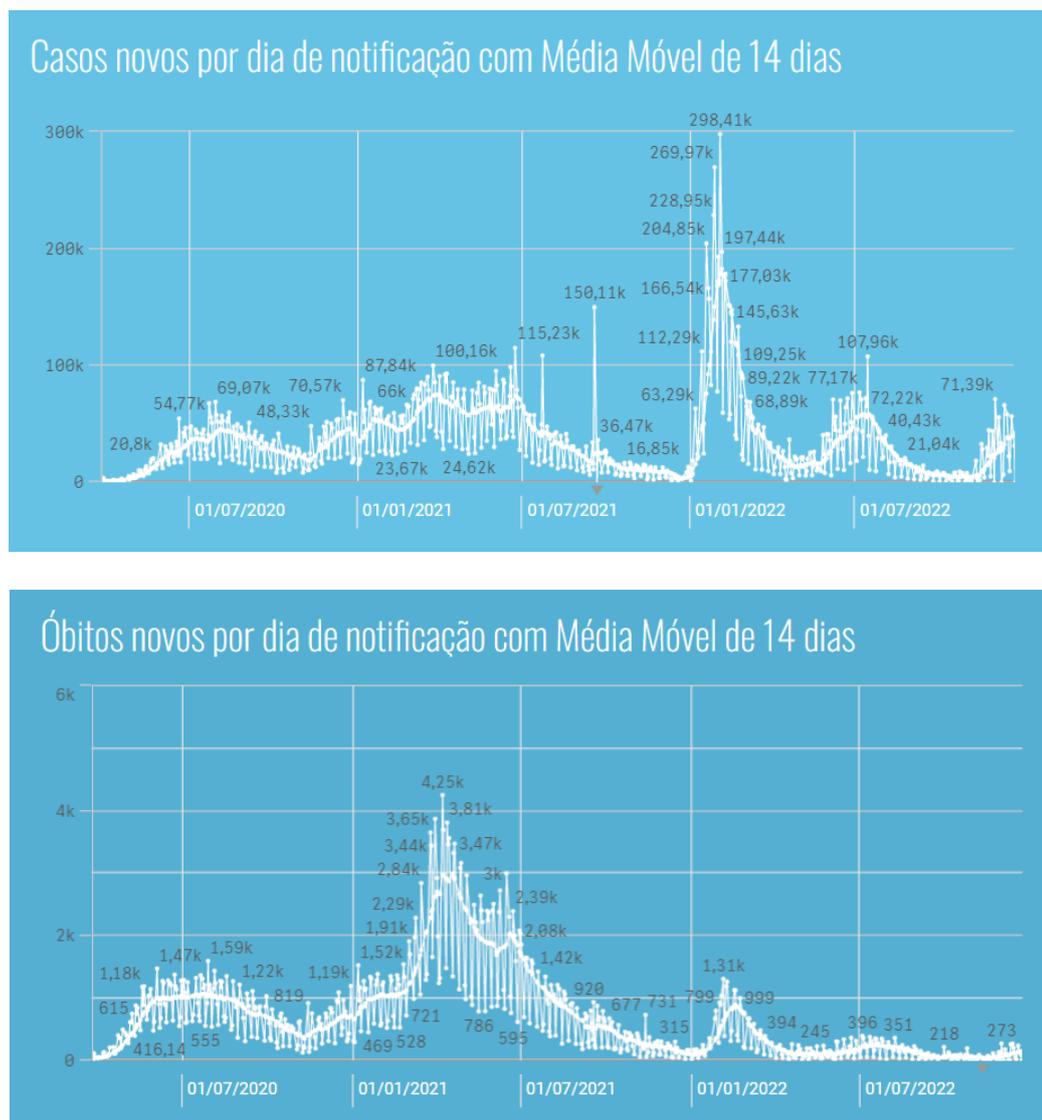
Uma primeira versão da análise, que compreende checagens publicadas entre janeiro e 31 de março, foi apresentada em Lemos e Oliveira (2021). Observe-se que os critérios de inclusão de checagens desta tese são mais amplos, de forma que o *corpus* aqui analisado é maior. Entre 24 de janeiro e 31 de dezembro de 2022 foram publicados 619 textos que se adequam aos critérios da análise. A distribuição dos textos por mês é destacada na Tabela 17.

Tabela 17 - Checagens sobre a Covid-19 analisadas por mês

Mês	Aos Fatos	Lupa	<i>n</i>	%
Janeiro	6	6	12	1,94
Fevereiro	2	6	8	1,29
Março	39	46	85	13,73
Abril	37	76	113	18,26
Mai	33	53	86	13,89
Junho	22	41	63	10,18
Julho	22	40	62	10,02
Agosto	20	34	55	8,89
Setembro	14	21	35	5,65
Outubro	12	26	38	6,14
Novembro	3	8	11	1,78
Dezembro	22	29	51	8,24
Total	233	386	619	100

Fonte: dados da pesquisa, 2023.

É difícil estabelecer uma relação entre o número de checagens e a prevalência da Covid-19 no país. Observe-se que a quantidade de textos publicados é maior em abril (113, ou 18,26%), maio (86, ou 13,89%) e março (85, ou 13,73%), que representaram períodos turbulentos: início das restrições relacionadas ao distanciamento social, ascensão do número de casos da doença e o primeiro colapso dos sistemas de saúde, especialmente em Manaus. Quando se considera somente o número do contaminados (Imagem 43), no entanto, observa-se que se destacam os meses de julho (especialmente a semana de 25 de julho de 2020) e dezembro (a semana de 20 de dezembro, principalmente). São meses com uma produção significativa de checagens, que não reflete o número de casos ativos naquele momento.

Imagem 43 - Evolução da Covid-19 no Brasil (2020-2022)

Fonte: Ministério da Saúde, 2022.

A distribuição da autoria das checagens, por sua vez, é apresentada na Tabela 18. Vale destacar que o Aos Fatos possui uma redação dividida por setoristas, o que explica a distinta participação dos repórteres percebida na análise:

Tabela 18 - Produção de checagens sobre a Covid-19 em 2020

Repórter	Total de textos	Textos em coautoria	%
Agência Aos Fatos	233	19	100
Luiz Fernando Menezes	135	13	57,94*
Priscila Pacheco	57	6	24,46*
Amanda Ribeiro	32	10	13,76*
Ana Rita Cunha	17	8	7,3*
Bruno Fávero	11	8	4,72*
Bernardo Barbosa	6	1	2,58*

Repórter	Total de textos	Textos em coautoria	%
Tai Nalon	3	-	1,29
Agência Lupa	386	5	100
Maurício Moraes	88	3	22,80*
Nathália Afonso	83	3	21,50*
Ítalo Romany	62	1	16,06*
Chico Marés	50	2	12,95*
Gustavo Queiroz	36	1	9,33*
Plínio Lopes	25	-	6,48
Samuel Costa	19	1	4,92*
Carol Macário	14	1	3,63*
Jéssica de Almeida	10	-	2,59
Ígor Passarini	3	-	0,78
Equipe Lupa	2	-	0,52
Juliana Almirante	2	1	0,52*

* Alguns textos são considerados mais de uma vez, em função de serem produzidos em coautoria, o que implica em um n maior que 619 (sendo 233 do Aos Fatos e 386 da Lupa, compondo 100%).

Fonte: dados da pesquisa, 2023.

Por fim, o número de compartilhamentos dos conteúdos que foram checados é apresentado na Tabela 19:

Tabela 19 - Número de vezes que os conteúdos falsos sobre a Covid-19 foram compartilhados

Compartilhamentos	Aos Fatos	Lupa	N	%
Até 100	5	20	25	4,9
De 101 a 1.000	20	164	184	36,08
De 1.001 a 5.000	71	59	130	25,49
De 5.001 a 10.000	28	20	48	9,41
De 10.001 a 20.000	25	23	48	9,41
De 20.001 a 30.000	12	11	23	4,51
De 30.001 a 50.000	12	3	15	2,94
De 50.001 a 100.000	20	5	25	4,9
De 100.001 a 150.000	1	-	1	0,2
De 150.001 a 200.000	4	-	4	0,78
De 200.001 a 500.000	4	1	5	0,98

Compartilhamentos	Aos Fatos	Lupa	N	%
De 500.001 a 800.000	2	-	2	0,39
Total geral	204	306	510	100

Fonte: elaborado pelo autor, 2023.

Possíveis deficiências do 3PFC foram percebidas na análise. Em análise anterior (LEMOS; OLIVEIRA, 2021) indicou-se conteúdos que haviam sido checados, mas o número de compartilhamentos, em vez de estagnar, aumentou. Vale apontar que o convênio com o Facebook prevê que postagens sinalizadas como falsas têm sua distribuição reduzida. Outros casos foram percebidos na análise desenvolvida nesta tese. É o caso de checagens sobre o número de pacientes internados no Hospital de Campanha do Pacaembu, em São Paulo, publicadas em 9 de abril de 2020. Na versão da Lupa, disponibilizada às 10h48, o conteúdo havia sido compartilhado 25 mil vezes. Já a publicação do Aos Fatos, feita às 16h50, contabilizava 60 mil compartilhamentos – a Lupa já havia sinalizado que se tratava de conteúdo falso e a distribuição da postagem deveria ter sido reduzida em 80%.

Em relação aos critérios de seleção da notícia, observa-se prioridade a conteúdos

A maior parte das checagens é resultado do 3PFC, como demonstra a Tabela 20:

Tabela 20 - Noticiabilidade de checagens sobre a Covid-19 no Aos Fatos e na Lupa

Temática	Textos	Declaração pública	Compartilhamentos	Facebook	Sugestão por WhatsApp	LupaAqui
Características e origem da Covid-19	21	2	14	15	5	2
Corrupção	25	-	25	25	1	-
Declaração de pessoa pública	16	1	10	12	-	1
Dimensões da pandemia	106	1	97	98	8	1
Economia e empresas	28	2	23	25	1	2
Fraudes	22	-	9	10	6	6
Isolamento	93	4	77	79	7	2
Política	63	3	58	58	2	-

Temática	Textos	Declaração pública	Compartilhamentos	Facebook	Sugestão por WhatsApp	LupaAqui
Teorias da conspiração	42	-	38	37	7	1
Tratamento, prevenção e vacinas	203	4	170	173	33	5
Total geral	619	17	521	532	70	20

** Duas matérias publicadas são especiais, que reúnem diversas checagens em uma só. Não é possível definir, nesse caso, a origem da checagem.

Fonte: elaborado pelo autor, 2023.

5.4.1 Referências

Checagens sobre a Covid-19 apoiam-se em diversas fontes, sejam documentos, representantes do governo, pesquisadores, especialistas e outros. São, em média, 9,52 citações por texto (ver Tabela 21), sendo o maior número de fontes consultadas entre os casos analisados.

Tabela 21 - Citações em textos de checagem sobre a Covid-19

Temática	Textos	Citações	Proporção	%
Características e origem da Covid-19	21	284	13,52	5,04
<i>jan</i>	2	23	11,5	0,41
<i>fev</i>	2	20	10	0,36
<i>mar</i>	2	23	11,5	0,41
<i>abr</i>	1	41	41	0,73
<i>mai</i>	3	26	8,66	0,46
<i>jun</i>	3	16	5,33	0,28
<i>jul</i>	1	14	14	0,25
<i>ago</i>	2	16	8	0,28
<i>set</i>	2	31	15,5	0,55
<i>out</i>	2	32	16	0,57
<i>dez</i>	1	42	42	0,73
Corrupção	25	214	8,56	3,8
<i>abr</i>	4	29	7,25	0,52
<i>mai</i>	3	24	8	0,43
<i>jun</i>	8	95	11,87	1,69
<i>jul</i>	4	35	8,75	0,62
<i>set</i>	2	11	5,5	0,2
<i>out</i>	1	4	4	0,07

Temática	Textos	Citações	Proporção	%
<i>dez</i>	3	16	5,33	0,28
Declaração de/sobre pessoa pública	16	292	18,25	5,19
<i>mar</i>	6	214	35,66	3,8
<i>abr</i>	1	2	2	0,04
<i>jun</i>	2	17	8,5	0,3
<i>jul</i>	1	4	4	0,07
<i>ago</i>	5	25	5	0,44
<i>set</i>	1	30	30	0,53
Dimensão da pandemia	106	800	7,54	14,21
<i>jan</i>	1	5	5	0,09
<i>fev</i>	2	23	11,5	0,41
<i>mar</i>	8	91	11,37	1,62
<i>abr</i>	32	241	7,53	4,28
<i>mai</i>	31	220	7,09	3,91
<i>jun</i>	11	61	5,54	1,08
<i>jul</i>	5	34	6,8	0,6
<i>ago</i>	11	78	7,09	1,39
<i>set</i>	3	33	11	0,59
<i>out</i>	1	5	5	0,09
<i>nov</i>	1	3	3	0,05
<i>dez</i>	1	6	6	0,11
Economia e empresas	28	151	5,39	2,68
<i>mar</i>	5	15	3	0,27
<i>abr</i>	11	58	5,27	1,03
<i>mai</i>	5	19	3,8	0,34
<i>jun</i>	3	22	7,33	0,39
<i>set</i>	3	33	11	0,59
<i>dez</i>	1	4	4	0,07
Fraudes	22	137	6,22	2,43
<i>mar</i>	9	65	7,22	1,15
<i>abr</i>	5	23	4,6	0,41
<i>mai</i>	2	13	6,5	0,23
<i>jun</i>	1	6	6	0,11
<i>jul</i>	2	12	6	0,21
<i>ago</i>	2	12	6	0,21
<i>out</i>	1	6	6	0,11
Isolamento	93	627	6,74	11,13
<i>mar</i>	19	131	6,89	2,33
<i>abr</i>	32	220	6,88	3,91
<i>mai</i>	14	70	5	1,24
<i>jun</i>	4	29	7,25	0,52
<i>jul</i>	5	29	5,8	0,52
<i>ago</i>	9	62	6,89	1,10
<i>set</i>	3	28	9,33	0,5
<i>out</i>	1	8	8	0,14

Temática	Textos	Citações	Proporção	%
<i>nov</i>	2	15	7,5	0,27
<i>dez</i>	4	35	8,75	0,62
Política	63	502	7,96	8,91
<i>mar</i>	8	45	5,62	
<i>abr</i>	3	19	6,33	0,8
<i>mai</i>	11	88	8	0,34
<i>jun</i>	7	39	5,57	1,56
<i>jul</i>	13	150	11,53	0,69
<i>ago</i>	9	74	8,22	2,66
<i>set</i>	4	29	7,25	1,31
<i>out</i>	4	34	8,5	0,52
<i>nov</i>	1	5	5	0,6
<i>dez</i>	3	19	6,33	0,09
Teorias da conspiração	42	429	10,21	7,62
<i>jan</i>	5	70	14	1,24
<i>fev</i>	1	16	16	0,28
<i>mar</i>	3	27	9	0,48
<i>abr</i>	12	110	9,17	1,96
<i>mai</i>	3	22	7,33	0,39
<i>jun</i>	9	68	7,56	1,21
<i>jul</i>	2	13	6,5	0,23
<i>ago</i>	2	31	15,5	0,55
<i>set</i>	2	41	20,5	0,73
<i>out</i>	1	5	5	0,09
<i>nov</i>	1	5	5	0,09
<i>dez</i>	1	21	21	0,37
Tratamento, prevenção e vacinas	203	2195	10,81	38,98
<i>jan</i>	4	72	18	1,28
<i>fev</i>	3	37	12,33	0,66
<i>mar</i>	25	228	9,12	4,05
<i>abr</i>	13	111	8,54	1,97
<i>mai</i>	14	106	7,57	1,88
<i>jun</i>	15	214	14,27	3,80
<i>jul</i>	39	375	9,62	6,66
<i>ago</i>	15	175	11,67	3,11
<i>set</i>	15	206	13,73	3,66
<i>out</i>	27	254	9,41	4,51
<i>nov</i>	5	61	12,2	1,08
<i>dez</i>	38	356	9,37	6,32
Total geral	619	5631	9,52 (média)	100

Fonte: dados da pesquisa, 2023.

Além das menções a fontes diversas, as agências também utilizam procedimentos específicos para fundamentar as checagens desenvolvidas. É o caso da busca reversa de imagens em ferramentas como o Google, da busca de postagens em redes sociais e da captura de tela de páginas. Além disso, a realização de telefonemas, a mensuração do número de compartilhamentos de um conteúdo por meio do *Crowdtangle* ou a apresentação de planilha com dados selecionados pelos repórteres – dados esses retirados de bancos de dados públicos. Em casos específicos, esses procedimentos são demarcados no texto das checagens, a fim de identificar como se chegou a determinado resultado.

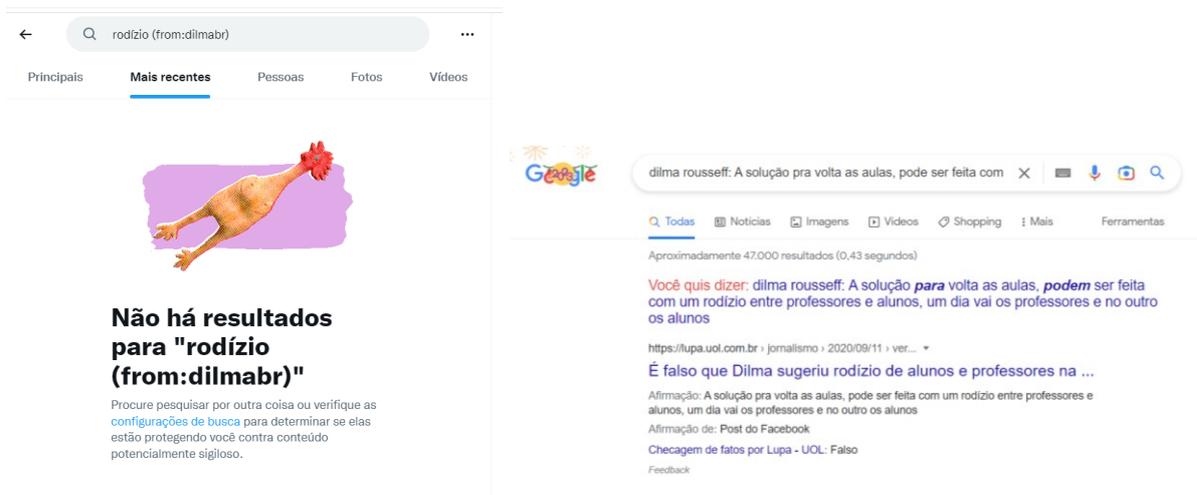
Há situações específicas que merecem destaque. Em texto de fevereiro, a Lupa analisa conteúdo que afirmava que o Sars-CoV-2 possui proteínas presentes no vírus da imunodeficiência humana (HIV). Para isso, o repórter consulta uma base de dados genéticos para explicar os equívocos dessa postagem – certamente apoiado pelas críticas da comunidade científica ao artigo que deu origem a tal conteúdo desinformativo.

Pela natureza, tais procedimentos foram codificados por [MET] e variações, código distinto daqueles aplicados em menções diretas a fontes. Não se apresenta, nesta tese, tabela que quantifica o número de vezes que tais métodos são adotados na checagem. Tal decisão se fundamenta na compreensão de que toda checagem envolve, dentre as etapas de apuração, a pesquisa sobre o tema em motores de busca como o Google (ver a metodologia das agências, no Quadro 5 da seção 4.1.7), assim como todo procedimento de *debunking* se inicia com a busca reversa da imagem. A consulta a fontes por telefone, a aferição do número de compartilhamentos: todos são procedimentos que fazem parte da apuração e verificação.

No entanto, é importante falar do método como fonte da checagem – prática que corrobora o discurso sobre a objetividade jornalística (que foi criticado na seção 4.1.2) e produz *fe(i)tiches*. Na ausência de fontes que desmontem o conteúdo falso, as agências apelam para a descrição dos procedimentos de apuração, a fim de destacarem sua isenção – prática descrita por Tuchmann (1972). Os métodos de checagem são instrumentos de acesso, mas é importante pagar por essas mediações, além de destacar suas deficiências.

Algumas checagens, por exemplo, analisam se determinada declaração pública de um político é verdadeira. Em setembro, Aos Fatos e Lupa checaram se a ex-presidente Dilma Roussef tinha sugerido um rodízio de alunos e professores nas escolas públicas. Para comprovar que isso não ocorreu, o Aos Fatos fez buscas nas redes sociais da política e na imprensa – sem detalhar tal procedimento. A Lupa, por sua vez, desmontou o conteúdo falso por meio de uma busca no Google – *link* apresentado na matéria encaminha para a pesquisa no motor de busca (ver Imagem 44).

Imagem 44 - Estratégias adotadas por Aos Fatos (esquerda) e Lupa (direita) para desmentir conteúdo falso



Fonte: captura de tela, 2023.

São checagens que se fundamentam em procedimentos que não são adequados. No caso do Aos Fatos, informa-se que não foram encontradas menções na imprensa à suposta declaração de Dilma, sem nenhuma descrição do método de apuração utilizado. Indica-se somente a estratégia de busca no Twitter, que é adequada, pois restringe-se a publicações no perfil da política; contudo apenas tal procedimento é descrito. A Lupa, por sua vez, fundamenta a checagem em uma busca no Google e em declaração da assessoria de imprensa de Dilma. Não se considera que a ordem em que os resultados aparecem no buscador pode ser manipulada por técnicas de SEO, ou que postagens de *sites* de conteúdo falso poderiam aparecer entre os resultados.

As checagens sobre a Covid-19, como demonstra a tabelas 21, são fundamentadas por 9,52 menções a fontes por texto, em média. São consultadas:

- **Fontes ligadas a governos ou a organismos internacionais (*oficiais*)** são convocadas para fundamentar estratégias de prevenção e tratamento à doença, assim como para apresentar dados válidos sobre o número de casos e óbitos. Além disso, também são convocadas para desmentirem tentativas de fraude. Em função da dimensão do *corpus* analisado, além das distintas temáticas das checagens, é possível distinguir diferentes usos para as fontes oficiais, a seguir descritos. Antes disso, porém, vale apontar que o conceito de fonte oficial aqui adotado é mais amplo do que o presente nos casos anteriores.

Por tratar-se de uma pandemia, a Covid-19 esteve relacionada a formas de desinformação que envolveram medidas de distanciamento social aplicadas em outros países,

o desenvolvimento de tratamentos, dentre outros temas. De tal forma, jornalistas convocam entidades internacionais como a Organização Mundial da Saúde (OMS), a Organização Pan-Americana de Saúde (OPAS), o *Africa Centres for Disease Control and Prevention* (CDC Africa), como órgãos de governo locais como *Centers for Disease Control and Prevention* (CDC), da *Food and Drug Administration* (FDA) – Estados Unidos -, os ministérios da saúde da Austrália, da Espanha, da França, da Itália, do Reino Unido, dentre outros. São consultadas declarações públicas de responsáveis por tais fontes, documentos publicados por elas (legislação cartilhas, boletins etc.), dentre outros.

Vale ressaltar, ainda, a convocação de fontes oficiais em todos os Poderes e esferas governamentais brasileiras. São convocados os governos federal, estaduais, distrital e municipais; órgãos de controle como o Tribunal de Contas da União (TCU); representantes do Judiciário como o Supremo Tribunal Federal (STF), o Superior Tribunal de Justiça (STJ), Conselho Nacional de Justiça (CNJ), além de tribunais estaduais; assim como o Poder Legislativo estadual e federal. As circunstâncias de convocação de cada uma dessas fontes são distintas, como se apresenta sinteticamente a seguir:

- *Características e origem da Covid-19*: nessa temática, fontes oficiais são convocadas para corroborar ou negar afirmações sobre a doença e o vírus que a causa. Nesse sentido, convoca-se a OMS, a OPAS, o CDC, o Ministério da Saúde – por meio de consulta a assessorias de imprensa, boletins epidemiológicos, textos de divulgação científica, protocolos, portarias e outros documentos oficiais – como prumo da verdade.

- *Corrupção*: destaca-se, especialmente, a convocação da Polícia Federal para explicar operações desenvolvidas pelo órgão e pessoas nelas envolvidas. Ainda, a indicação de portarias e outros documentos produzidos pelo Ministério da Saúde que desmentem que cada morte por Covid-19 implica em um acréscimo de R\$ 19 mil na verba do SUS destinada ao município. Também são convocados o Diário Oficial da União, o sistema de proposições legislativas da Câmara dos Deputados, governos estaduais e municipais, dentre outros. A convocação da fonte oficial, nesses casos, visa apresentar provas que colocam em xeque a proposição de que foi comprovado uso ilegal de verbas destinadas para o combate à pandemia.

- *Declaração de/sobre pessoa pública*: nesse caso, são convocadas para reforçar orientações sobre o manejo e a prevenção à Covid-19. Eventualmente, confirmam ou desmontam partes específicas de declaração. Em checagem sobre declarações de Bolsonaro a respeito da pandemia, o Aos Fatos cita o Banco Mundial para apresentar dados sobre a composição etária da população italiana.

- *Dimensão da pandemia*: fontes oficiais são convocadas, principalmente, para apresentarem dados sobre a prevalência e a mortalidade da Covid-19 e do H1N1 – quando a checagem compara o número de óbitos entre ambas as pandemias. Também demonstram que não houve ação da Polícia Federal, do Ministério da Justiça e Segurança Pública ou do Ministério da Saúde que forçou a revisão da contagem do número de mortes. Também se adotam bases de dados oficiais geridas por cartórios, como o Portal da Transparência do Registro Civil.

- *Economia e empresas*: sua convocação indica, especialmente, ações governamentais para dirimir os impactos da pandemia, garantir a oferta de empregos ou auxílio aos cidadãos. Em algumas situações, os dados oficiais são utilizados para desmentir o ex-presidente Bolsonaro: é o caso de checagens que avaliam se a Ceasa de Minas Gerais e a Ceagesp estariam sem alimentos, afirmação compartilhada pelo político. Tais conteúdos foram desmentidos com notas oficiais desses órgãos, além de afirmações da então ministra da Agricultura, além de dados da pasta sobre a produção alimentícia.

- *Fraudes*: as fontes oficiais, nessa temática, são consultadas especialmente para alertar sobre os canais oficiais de solicitação do Auxílio Emergencial. Além disso, alertam para a aplicação de golpes – a Polícia Federal, por exemplo, é convocada para orientar cuidado, já que o número de fraudes teria crescido durante a pandemia.

- *Isolamento*: são convocadas fontes oficiais para apresentar políticas de distanciamento social, o número de casos e óbitos, dentre outras situações. Convoca-se o Ministério da Economia, por exemplo, para que esse negasse que iria suspender a aposentadoria de idosos que desrespeitassem o isolamento social.

- *Política*: nessa dimensão, são convocados documentos legais, projetos de leis, portarias e outros relacionados à pandemia de Covid-19. Destaca-se a consulta ao sistema de proposições legislativas da Câmara dos Deputados e à legislação disponível no *site* do Palácio do Planalto.

- *Teorias da conspiração*: também são apresentados dados que corroboram a existência da pandemia, o número de casos e óbitos, bem como estratégias de manejo. Consulta-se o Ministério da Saúde, por exemplo, para que esse desmintas a aquisição de máscaras chinesas que estariam contaminadas com o patógeno.

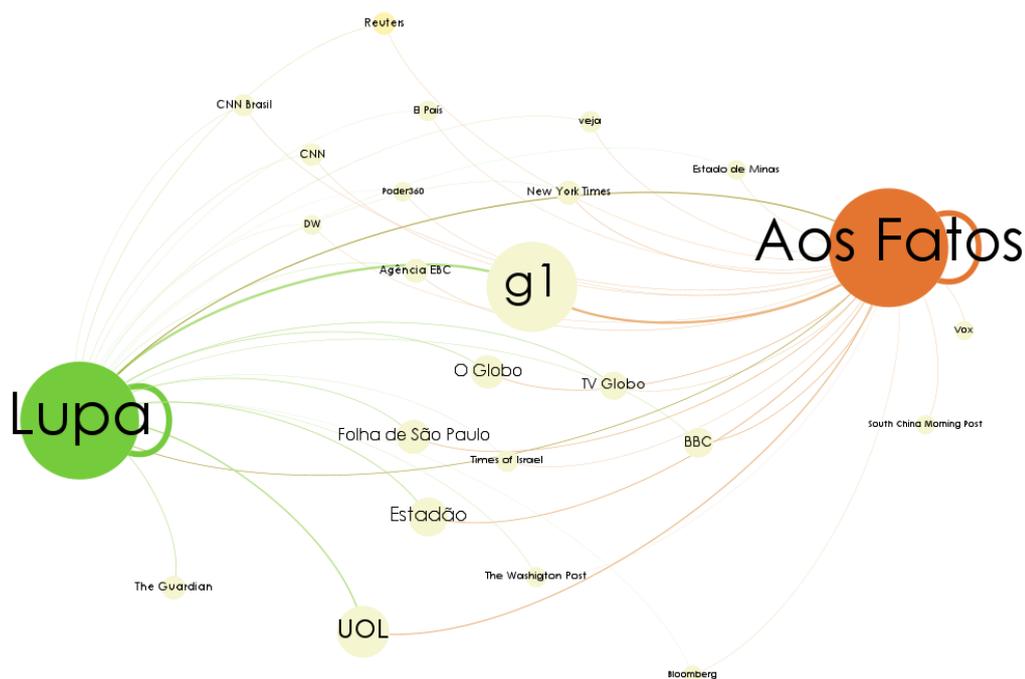
- *Tratamento, prevenção e vacina*: além de reforçar as orientações sanitárias, as fontes oficiais são convocadas para apresentar planos de vacinação, o andamento de pesquisas de imunizantes, assim como os procedimentos burocráticos de aprovação de vacina e/ou

remédios. Além disso, há consulta ao Ministério da Saúde para identificar se um *kit* contra a doença era fornecido pela pasta.

Fontes jornalísticas são as mais citadas em checagens sobre a Covid-19. Quando se considera autocitação (540 menções), citação a outras agências (476) e conteúdos jornalísticos (1265, compostos por programas de TV, portais noticiosos, dentre outros), são 2281 menções. São citados 73 produtos jornalísticos distintos – excluindo do cálculo agências de checagem. Por sua vez, são convocadas 87 agências de checagem.

Seu uso é recurso para apresentação da cronologia de determinado fato, assim como pode reforçar algum argumento. Destaca-se a Agência Lupa que, ao final do ano de 2020, passou a citar textos por ela produzidos dentro do projeto “Lupa na Ciência”. Ressalta-se, ainda, o uso da fonte jornalística para apresentar uma solução temporária a determinada questão ainda não decidida pela ciência ou especialistas – em consonância com o que observam Lemos e Oliveira (2021).

Imagem 45 - Fontes jornalísticas mais citadas em checagens sobre a Covid-19 (não se considera checadores)



Fonte: dados da pesquisa, 2023.

A Imagem 45 apresenta a rede de principais fontes jornalísticas convocadas pelas checagens sobre a Covid-19 considerando o seu grau (número de conexões que entram ou saem de um nó específico). É um grafo dirigido (afinal, são as agências que citam as fontes e não o

contrário). Quanto maior o nó (círculo), mais vezes foi citado nos textos de checagem como fonte (grau de entrada). Os nós coloridos de verde e laranja são aqueles com maior grau de saída, ou seja, aqueles que citaram outras fontes (sendo que Lupa é a agência que mais referências convocou, o que pode ser explicado pelo maior número de checagens por ela produzidas).

- **Fontes documentais** de diversos tipos são convocadas nas checagens. É praxe indicar, por exemplo, perfis de personalidades publicadas em redes sociais de internet, a fim de indicar a data de publicação de um conteúdo ou a inexistência de uma declaração. Há, ainda, a consulta a *sites* especializados: *blogs* de turismo são consultados em checagem que verificava se um vídeo havia sido gravado em um *wet market* de Wuhan; *wikis* de videogames e desenhos animados são consultadas para desmentir outros conteúdos. Ademais, são consultados *sites* como *Internet Archive* e *Archive.Today*, que apresentam extenso banco de dado de capturas de tela, o que permite identificar versões anteriores de uma página na internet. Também são indicados vídeos e lojas de aplicativos.

- **Fontes científicas** são as que têm maior reputação nos textos de checagem sobre a Covid-19. Compostas por artigos científicos publicados em periódicos, *papers* em *preprint* (destacando-se as plataformas *MedRxiv* e *BioRxiv*), além de bases de dados, gestores de bibliografia, instituições científicas, universidades, apostilas e textos de divulgação científica. Cabe apontar, contudo, que quem consulta esses materiais são os próprios repórteres, que por vezes precisam solicitar apoio de especialistas para interpretar o conteúdo. Como apontou em entrevista o coordenador de jornalismo da Lupa, a escrita científica é um dos desafios apresentados pela pandemia. Na Tabela 22 estão listados os periódicos mais citados nas checagens:

Tabela 22 – Periódicos científicos mais citados nas checagens até julho de 2020

Periódico	Menções	Checagens
<i>Nature</i>	45	44
<i>New England Journal of Medicine</i>	40	39
<i>The Lancet</i>	26	25
<i>Science</i>	23	22
<i>Antiviral Research</i>	16	14
<i>International Journal of Infectious Diseases</i>	12	11
<i>Annals of Internal Medicine</i>	11	11
<i>BMJ</i>	6	5
<i>Clinical Infectious Diseases</i>	5	5
<i>JAMA</i>	5	5
<i>Journal of Hospital Infection</i>	4	4
<i>American Journal of Epidemiology</i>	3	2
<i>Biomedical and Pharmacology Journal</i>	3	3

<i>Emerging Infectious Diseases</i>	3	3
<i>Annals of Pharmacotherapy</i>	2	2
<i>Applied Physic Letters</i>	2	2
<i>BioScience Trends</i>	2	1
<i>Cell</i>	2	2
<i>International Journal of Antimicrobial Agents</i>		2
<i>Photochemistry and Photobiology</i>	2	2
<i>Virology</i>	2	2
Outros (uma menção cada)	34	34
Total	250	240

Fonte: dados da pesquisa, 2023.

- **Especialistas** são apresentados para destacar aspectos específicos de descobertas científicas sobre a pandemia, para explicar controvérsias científicas, assim como apresentar o posicionamento de sociedades e conselhos profissionais. A convocação de especialistas segue a indicação de outras fontes já consultadas em um veículo. Em entrevista, repórter da Aos Fatos diz ter solicitado à Natália Pasternak, microbiologista que é bastante citada nas checagens, contato de outras pessoas que poderiam ser entrevistadas. Tal prática repercute as considerações de Tuchman sobre a rede de fontes (TRAQUINA, 2005). Observe-se a frequente convocação de conselhos profissionais ou especialistas ligados à diretoria desses órgãos.

- **Fontes institucionais** são indicadas para fins distintos. Desde a tradicional convocação para apresentarem o contraditório ou seu ponto de vista sobre uma checagem à apresentação de pesquisas e produtos. É o caso da Johnson&Johnson, da Pfizer/BionTech e da Sinovac, cujos *sites* são indicados pois apresentam detalhes da produção da vacina contra a Covid-19. Há casos interessantes: cita-se o *site* da Qualcomm, em especial uma página que explica como funciona a tecnologia 5G. Além disso, ouve-se a assessoria de hospitais, de políticos (Boulos, Dilma, Lula, Michel Temer, Rodrigo Maia, do PT, do PTB, do PSOL etc.), de artistas (Camila Pitanga, por exemplo), dentre outros. Ainda é importante mencionar a *start-up* Omni-electronica, que desenvolveu estudo no Hospital das Clínicas da USP que foi desvirtuado em conteúdos falsos contra o isolamento social.

Imagem 46 - Tipologia das fontes consultadas nas checagens sobre a Covid-19

fontes consultadas



texto jornalístico

- apresenta informações factuais sobre o assunto checado, utilizado para recuperar a cronologia de um evento ou autorreferência.
- quando não há informação oficial ou consenso científico, o texto jornalístico apresenta uma solução provisória.



fontes oficiais

- entidades internacionais e órgãos como o CDC e a FDA são apresentados como fontes confiáveis de informação sobre a pandemia.
- convocadas para fins distintos. Em checagens sobre corrupção, por exemplo, indicava-se a Polícia Federal; conteúdos sobre fraudes chamavam o Ministério da Cidadania. Consideradas fontes confiáveis, no geral.



pesquisa científica

- apresentada como informação consolidada sobre a Covid-19
- interpretadas pelos próprios jornalistas, que não apresentam a partir de que critérios foram escolhidas
- artigos de divulgação científica, bases estatísticas, sites de universidades e artigos científicos são apresentados



fontes especialistas

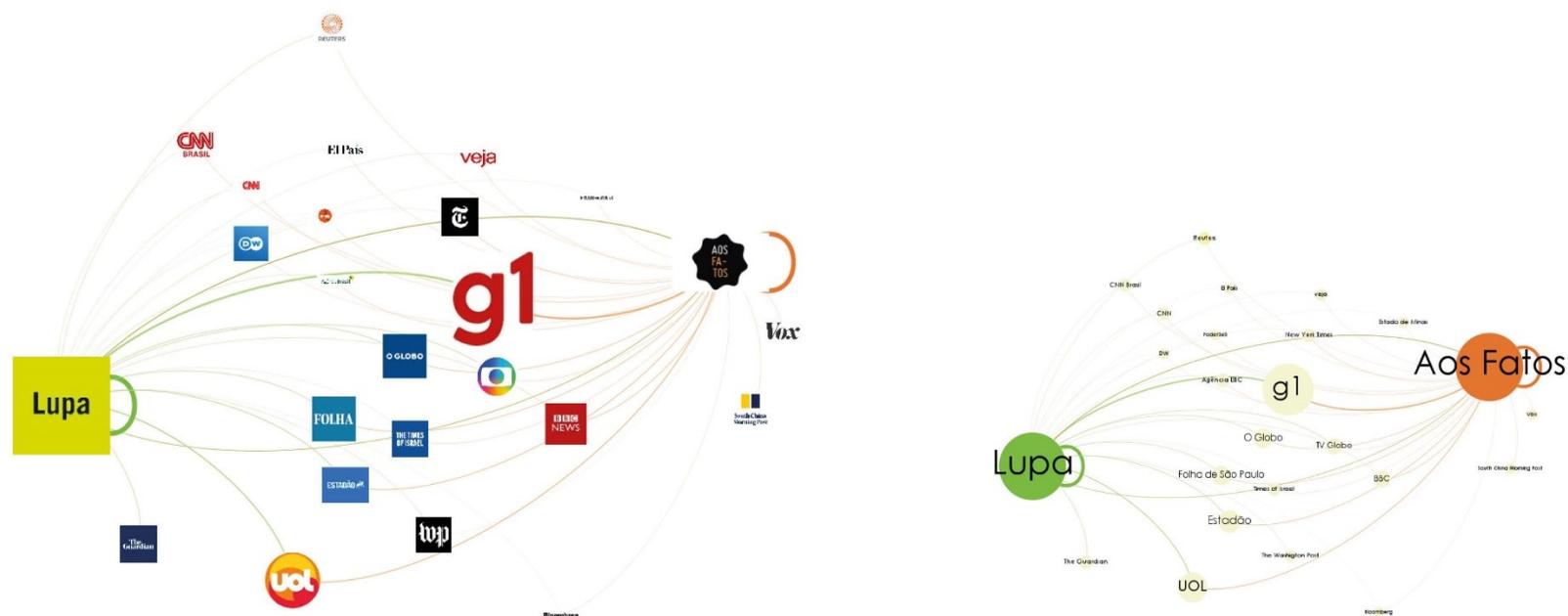
- dão o voto de Minerva quando não há unanimidade entre outras fontes
- são mais comuns em matérias sobre características e origem da Covid-19, tratamento e prevenção da doença. Geralmente são convocados profissionais da saúde, em especial aqueles ligados a conselhos de classe ou a universidades.



outras fontes

- utilizadas quando os outros tipos de fonte não permitem a verificação
- nos textos analisados, consultou-se publicações em perfis no Instagram, wikis de jogos eletrônicos, dentre outros. Não há um padrão para o uso dessas fontes.

Imagem 47 - Rede de principais fontes jornalísticas nas checagens sobre a Covid-19



Fonte	Aos Fatos	Lupa	Total
Aos Fatos	45	261	306
Lupa	29	274	303
g1	108	113	221
UOL	48	60	108
Estado de S. Paulo	36	34	70
Folha de S. Paulo	26	29	55
BBC	29	14	43
O Globo	28	26	54

Fonte	Aos Fatos	Lupa	Total
Agência EBC	15	11	26
New York Times	20	6	26
CNN	12	9	21
CNN Brasil	12	8	20
Times of Israel	12	7	19
Veja	11	7	18
South China M. P.	12	-	-
Vox	11	-	11

No grafo à direita, quanto maior o nó (círculo), maior o número de citações àquela fonte (grau de entrada). Em verde (Aos Fatos) e laranja (Lupa) estão os perfis com maior grau de saída (afinal, eles quem convocam as fontes).

5.4.2 Dados da pesquisa

Tabela 23 - Compartilhamento dos conteúdos checados pela Aos Fatos e Lupa sobre a Covid-19

	Até 1.000 compartilhamentos	Entre 10000 e 5.000 compartilhamentos	Entre 5.000 e 10.000 compartilhamentos	Entre 10.000 e 15.000 compartilhamentos	> 15 mil comp.	<i>n</i> total
Características e origem da Covid-19	10	5	-	-	-	15
Corrupção	6	5	2	4	7	24
Declaração de/sobre pessoa pública	4	6	-	1	-	11
Dimensão da pandemia	28	31	8	5	21	93
Economia e empresas	7	6	3	1	5	22
Fraudes	6	1	-	-	-	7*
Isolamento	26	21	6	5	14	59
Política	25	16	7	1	9	58
Teorias da conspiração	20	2	6	2	6	36
Tratamento, prevenção e vacinas	78	41	16	7	31	173
Total	210	134	48	26	93	511**

* A maior parte das checagens sobre o tema foi indicada por leitores pelo WhatsApp.
 ** Não são todas as checagens que indicam o número de compartilhamentos.

Fonte: elaborado pelo autor, 2023.

Tabela 24 - Fontes citadas nos conteúdos checados pela Aos Fatos e Lupa sobre a Covid-19 em 2020

Temática	Oficiais	Empresas e instituições	Científicas	Documentais	Jornalismo	Checagens	Autocitação	Especialistas	<i>n</i> total	%
Características e origem da Covid-19	104	6	12	26	59	23	18	36	284	5,04
<i>jan</i>	2	1	-	6	4	8	2	-	23	0,41
<i>fev</i>	2	1	1	7	6	1	2	-	20	0,36
<i>mar</i>	4	-	-	-	7	-	-	12	23	0,41
<i>abr</i>	15	-	1	4	12	8	1	-	41	0,73
<i>mai</i>	9	1	4	4	7	-	1	-	26	0,46
<i>jun</i>	8	-	1	2	1	-	1	3	16	0,28
<i>jul</i>	5	-	2	1	1	2	-	3	14	0,25
<i>ago</i>	-	-	1	-	4	2	1	8	16	0,28
<i>set</i>	18	1	1	-	7	2	1	1	31	0,55
<i>out</i>	17	2	-	2	2	-	2	7	32	0,57
<i>dez</i>	24	-	1	-	8	-	7	2	42	0,73
Corrupção	119	3	-	11	37	21	23	-	214	3,8
<i>abr</i>	19	-	-	4	3	3	-	-	29	0,52
<i>mai</i>	17	-	-	-	3	2	2	-	24	0,43
<i>jun</i>	46	-	-	1	25	10	13	-	95	1,69
<i>jul</i>	21	3	-	4	-	2	5	-	35	0,62
<i>set</i>	9	-	-	-	-	2	-	-	11	0,2
<i>out</i>	3	-	-	-	1	-	-	-	4	0,07
<i>dez</i>	4	-	-	2	5	2	3	-	16	0,28
Declaração de /sobre pessoa pública	95	9	18	27	119	4	20	-	292	5,19
<i>mar</i>	56	5	14	16	109	-	14	-	214	3,8
<i>abr</i>	-	1	-	-	-	-	1	-	2	0,04

Temática	Oficiais	Empresas e instituições	Científicas	Documentais	Jornalismo	Checagens	Autocitação	Especialistas	n total	%
<i>jun</i>	7	1	1	-	5	3	-	-	17	0,3
<i>jul</i>	-	1	-	2	-	-	1	-	4	0,07
<i>ago</i>	8	1	2	9	1	1	3	-	25	0,44
<i>set</i>	24	-	1	-	4	-	1	-	30	0,53
Dimensão da pandemia	336	39	20	46	206	43	86	24	800	14,21
<i>jan</i>	1	1	-	1	2	-	-	-	5	0,09
<i>fev</i>	4	2	2	7	5	2	1	-	23	0,41
<i>mar</i>	35	1	6	1	37	4	5	2	91	1,62
<i>abr</i>	112	6	3	7	79	9	19	6	241	4,28
<i>mai</i>	86	21	6	15	44	11	26	11	220	3,91
<i>jun</i>	23	5	-	10	10	7	6	-	61	1,08
<i>jul</i>	8	1	1	3	11	4	6	-	34	0,6
<i>ago</i>	44	2	1	1	6	-	22	2	78	1,39
<i>set</i>	17	-	-	1	7	6	-	2	33	0,59
<i>out</i>	4	-	1	-	-	-	-	-	5	0,09
<i>nov</i>	1	-	-	-	1	-	1	-	3	0,05
<i>dez</i>	1	-	-	-	4	-	-	1	6	0,11
Economia e empresas	61	18	-	16	43	8	5	-	151	2,68
<i>mar</i>	2	6	-	3	1	1	2	-	15	0,27
<i>abr</i>	20	11	-	11	10	3	3	-	58	1,03
<i>mai</i>	13	-	-	1	4	1	-	-	19	0,34
<i>jun</i>	3	1	-	-	15	3	-	-	22	0,39
<i>set</i>	22	-	-	1	10	-	-	-	33	0,59
<i>dez</i>	1	-	-	-	3	-	-	-	4	0,07
Fraudes	35	24	-	21	5	7	45	-	137	2,43
<i>mar</i>	21	9	-	10	3	5	17	-	65	1,15
<i>abr</i>	-	10	-	6	1	-	6	-	23	0,41
<i>mai</i>	7	-	-	3	-	1	2	-	13	0,23
<i>jun</i>	-	-	-	1	-	1	4	-	6	0,11

Temática	Oficiais	Empresas e instituições	Científicas	Documentais	Jornalismo	Checagens	Autocitação	Especialistas	n total	%
<i>jul</i>	1	3	-	-	-	-	8	-	12	0,21
<i>ago</i>	2	2	-	-	1	-	7	-	12	0,21
<i>out</i>	4	-	-	1	-	-	1	-	6	0,11
Isolamento	213	27	12	83	207	33	44	8	627	11,13
<i>mar</i>	35	4	-	22	60	8	2	-	131	2,33
<i>abr</i>	88	9	8	19	63	5	24	4	220	3,91
<i>mai</i>	23	1	-	13	25	3	5	-	70	1,24
<i>jun</i>	7	3	1	3	8	5	2	-	29	0,52
<i>jul</i>	10	-	-	2	8	-	5	4	29	0,52
<i>ago</i>	10	9	3	11	16	10	3	-	62	1,10
<i>set</i>	4	1	-	6	14	-	3	-	28	0,5
<i>out</i>	8	-	-	-	-	-	-	-	8	0,14
<i>nov</i>	7	-	-	3	3	2	-	-	15	0,27
<i>dez</i>	21	-	-	4	10	-	-	-	35	0,62
Política	204	16	11	43	155	32	33	8	502	8,91
<i>mar</i>	19	1	-	4	13	6	2	-	45	0,8
<i>abr</i>	3	-	-	6	7	1	2	-	19	0,34
<i>mai</i>	37	-	5	1	32	5	6	2	88	1,56
<i>jun</i>	18	-	1	5	9	1	1	4	39	0,69
<i>jul</i>	60	3	2	7	58	8	11	1	150	2,66
<i>ago</i>	34	2	-	4	25	-	9	-	74	1,31
<i>set</i>	10	1	1	5	6	6	-	-	29	0,52
<i>out</i>	17	3	2	8	1	1	2	-	34	0,6
<i>nov</i>	-	-	-	1	1	3	-	-	5	0,09
<i>dez</i>	6	6	-	2	3	1	-	1	19	0,34
Teorias da conspiração	87	31	30	60	107	85	16	13	429	7,62
<i>jan</i>	5	12	1	26	11	10	5	-	70	1,24
<i>fev</i>	-	-	13	1	1	-	1	-	16	0,28
<i>mar</i>	7	-	-	6	6	7	1	-	27	0,48

Temática	Oficiais	Empresas e instituições	Científicas	Documentais	Jornalismo	Checagens	Autocitação	Especialistas	n total	%
<i>abr</i>	23	3	4	7	39	26	5	3	110	1,96
<i>mai</i>	9	2	-	1	8	2	-	-	22	0,39
<i>jun</i>	15	7	5	11	8	21	1	-	68	1,21
<i>jul</i>	5	-	1	1	3	1	2	-	13	0,23
<i>ago</i>	9	-	2	2	8	4	-	6	31	0,55
<i>set</i>	9	-	4	-	17	7	1	3	41	0,73
<i>out</i>	4	-	-	-	1	-	-	-	5	0,09
<i>nov</i>	-	-	-	1	2	2	-	-	5	0,09
<i>dez</i>	1	7	-	4	3	5	-	1	21	0,37
Tratamento, prevenção e vacinas	<i>640</i>	<i>118</i>	<i>214</i>	<i>183</i>	<i>327</i>	<i>220</i>	<i>250</i>	<i>243</i>	<i>2195</i>	<i>38,98</i>
<i>jan</i>	17	6	6	24	7	6	6	-	72	1,28
<i>fev</i>	14	1	2	7	5	4	3	1	37	0,66
<i>mar</i>	63	10	33	15	37	25	14	31	228	4,05
<i>abr</i>	36	6	6	16	13	18	9	7	111	1,97
<i>mai</i>	16	5	4	20	15	17	15	14	106	1,88
<i>jun</i>	68	13	23	19	40	5	30	16	214	3,80
<i>jul</i>	112	6	59	15	48	31	49	55	375	6,66
<i>ago</i>	70	3	10	12	23	16	14	27	175	3,11
<i>set</i>	63	14	13	7	30	21	30	28	206	3,66
<i>out</i>	71	21	29	14	53	10	38	18	254	4,51
<i>nov</i>	23	7	5	1	3	6	11	5	61	1,08
<i>dez</i>	87	26	24	33	53	61	37	41	356	6,32
Total geral	1894	291	317	516	1265	476	540	332	5631	100

Fonte: elaborado pelo autor, 2023.

5.5 Considerações

A objetividade jornalística é produzida a partir de instrumentos de acesso que permitem a extensão de cadeias de referência. No entanto, a extensão dessas cadeias e o tipo de instrumentos utilizados é resultado do entrelaçamento entre questões econômicas, disponibilidade de equipamentos, linha editorial, dentre uma diversidade de fatores (LATOURE, 2002b, 2019, MARTINE; DE MAYER, 2019). A presente seção, que procurou investigar a **Q2** e a **Hipótese B**, demonstrou como checagens sobre o *kit gay*, a Vaza Jato e a Covid-19 são desenvolvidas a partir da convocação de cadeias de referência diversas. A extensão dessas referências permite conhecer melhor – ou não – o fato analisado.

Esta seção (capítulos 4 e 5) almejou *descrever práticas material-discursivas usadas por jornalistas ao longo da história na produção da verdade jornalística e problematizar como a circulação de fake news, em um contexto de plataformização, dataficação e performatividade algorítmica, afeta esses processos.*

Partindo das considerações de Martine e De Mayer (2018), bem como Latour (2001, 2019), o capítulo anterior demonstrou que a prática jornalística depende mais da evocação / produção de cadeias de referência a partir de instrumentos de acesso específicos. Desse modo, não cai no equívoco do DC, tampouco reproduz apenas uma *res extensa cogitans*. Por meio das referências, o jornalismo se aproxima do objeto, enquanto também é por ele modificado. O capítulo ainda apresentou a controvérsia relacionada à escrita literária da notícia, contraposta pelo jornalismo de precisão. Faz um salto para o jornalismo on-line, partindo, então, para a apresentação e descrição das iniciativas de checagem de fatos. Como registrou a conclusão do capítulo, a digressão desenvolvida buscou apresentar os instrumentos de acesso que o jornalismo utiliza e, conseqüentemente, as cadeias de referência por eles definidas.

O teste empírico desta proposta apresentada foi desenvolvido no capítulo 5. Nesta parte da tese, foram descritos os procedimentos metodológicos da análise desenvolvida, assim como o estudo prévio que inspirou tal metodologia. Indicou-se os processos para a coleta das checagens, assim como os critérios de inclusão e exclusão, bem como o *corpus* selecionado. Também foram apresentados os procedimentos de codificação e análise, assim como se descreveu o desenvolvimento das entrevistas. Por fim, elencou-se as principais limitações relacionadas à pesquisa, a saber: reproduz-se uma amostra que é resultado da curadoria do 3PFC do Facebook; a classificação adotada no livro de códigos e; o distinto *status* profissional dos entrevistados.

Vale ressaltar, nesse sentido, a desigual composição do *corpus*: há cerca de 15,9 vezes mais checagens sobre a Covid-19 do que o total de verificações sobre os demais casos. Tal

assimetria reflete não apenas a gravidade da pandemia, que ceifou a vida de quase 700 mil brasileiros, mas também aponta deficiências da metodologia de checagem das agências e a intervenção das plataformas. O caso Vaza Jato, como demonstrou entrevista desenvolvida com o coordenador de jornalismo da Lupa, não era facilmente verificável. Por sua vez, os constrangimentos e assimetrias relacionados ao 3PFC são destacados aqui – os achados desta tese estão em consonância com as considerações de Jurno e D’Andréa (2020), Whittaker (2021) e de Lemos e Oliveira (2021).

Essas assimetrias foram percebidas na análise desenvolvida, assim como nas entrevistas com os repórteres. A maior parte das checagens analisadas é resultado do 3PFC da Meta e, como argumentou-se anteriormente, as agências se tornam recurso de *accountability* da plataforma. Como destacou o coordenador de jornalismo da Lupa, “não é ideal para o monitoramento [da desinformação], porque a gente acaba sendo passivo, só recebendo”. Ademais, observou-se também a influência do *Google News Initiative*, que financiou as publicações do “Lupa na Ciência”.

Os resultados da tese corroboram o que o Facebook “participa da produção e distribuição de publicações falsas sobre a Covid-19 [...] ao mesmo tempo em que seleciona quais dessas mensagens serão refutadas por agências de checagem” (LEMOS; OLIVEIRA, 2021, p. 74). No caso do *kit gay*, não é possível apontar um papel tão incisivo da plataforma, embora tais conteúdos falsos tenham circulado amplamente em grupos do Facebook em 2011 – como destaca o capítulo 6. O 3PFC é importante para a verificação dos conteúdos falsos sobre o caso, mas não é o principal fator. Por fim, todas as checagens sobre a Vaza Jato resultam do convênio – embora o Telegram, o Twitter e o WhatsApp tenham sido espaço preferencial para disseminação dessa desinformação.

Os dados quantitativos aqui apresentados ilustram a convocação de referências para fundamentar as checagens. Mais relevante que o número de citações, contudo, é entender seu uso: tarefa aqui desenvolvida pela apresentação dos tipos de fonte, características de sua convocação e da rede desenvolvida. Ressalta-se ainda situações em que o jornalismo apresentou seu método como fundamentação e recurso para reduzir a subjetividade do repórter – produzindo um *fe(i)tiche*. O método é apresentado como recurso de produção da verdade – mas, como argumentou-se, numa ontologia assimétrica em que se coloniza o objeto conhecido.

Em cada um dos casos analisados, são distintos os usos de cada uma das fontes. Contudo, é possível destacar sua participação na construção de referências – são instrumentos de acesso e inscrições que fundamentam uma verdade jornalística. Nesta seção, discutiu-se amplamente os modos de verificação do jornalismo, tendo como fundamento o modo [REF]

proposto por Latour (2001, 2019). Tal perspectiva é relevante pois permite comparar como checagens e conteúdos falsos produzem verdade de forma distinta. Dessa forma, pode-se considerar que a **Hipótese B** é corroborada pela análise aqui desenvolvida.

A próxima seção (capítulo 6) se pauta na análise da circulação e consumo de conteúdos falsos relacionados aos casos supracitados. Objetiva *compreender as fake news no contexto contemporâneo da cultura digital, marcado pela plataformização, dataficação e performatividade algorítmica*. Relaciona-se à **Hipótese A**. Enfoca, especialmente, a participação das plataformas na produção, circulação e na refutação de conteúdos falsos, a partir da metodologia passo a passo e, também, do diário de uso do pesquisador.

6 CIRCULAÇÃO E CONSUMO DE *FAKE NEWS*: MATERIALIDADE DOS APLICATIVOS

Na seção anterior, discutiu-se a objetividade jornalística e fez-se análise das checagens relacionadas aos casos. Neste capítulo, discute-se a relação entre plataformas, interface e consumo de conteúdos falsos.

Uma mamadeira com bico fálico protagonizou a eleição presidencial brasileira de 2018. No Facebook, o vídeo de um pai indignado que denunciava a distribuição desse objeto erótico em creches públicas foi compartilhado mais de 92 mil vezes. Em 2021, o conteúdo voltou a circular na plataforma, denunciando a tentativa do Partido dos Trabalhadores (PT) de “combater a homofobia”. Quando foi checado pela Lupa, já havia sido compartilhado 3,8 mil vezes⁸⁶.

Imagem 48 - Mamadeira foi grande fator político da eleição de 2018



Fonte: captura de tela do vídeo, 2018.

⁸⁶ O número de compartilhamentos não pode ser verificado, já que, em 2018, o vídeo foi postado mais de uma vez e o Facebook apagou tais postagens. No entanto, checagem realizada pelo Aos Fatos às 15h31 do dia 28 de setembro de 2018 indicava que a “mamadeira de piroca” havia sido compartilhada 92 mil vezes (<https://www.aosfatos.org/noticias/mamadeiras-eroticas-nao-foram-distribuidas-em-creches-pelo-pt/>). Em 2021, o conteúdo já havia sido compartilhado 3,8 mil vezes quando checado pela Lupa (<https://lupa.uol.com.br/jornalismo/2021/10/20/verificamos-haddad-mamadeira-penis/>).

A presença da “mamadeira de piroca” nos anais da política brasileira – recriada no “dildo do Xandão”⁸⁷ - nos convoca a investigar quem é o autor do vídeo. É o suposto pai de família, que adquiriu o produto erótico, pegou seu celular e gravou a denúncia? É o Facebook, que permitiu que um surto fosse alçado ao debate público? É o celular, cuja tecnologia embarcada permitiu ao usuário gravar o vídeo sob um formato específico, com uma abertura de obturador, velocidade e sensibilidade para a luz determinadas? É Jair Bolsonaro, que “inventou” o *kit gay* e o utilizou para se aproximar da bancada evangélica e antagonizar o PT?

Quem é o autor das *fake news*? Somos nós⁸⁸ – e, nesse caso, o pronome pessoal não distingue apenas nós, seres humanos, mas o entrelaçamento entre humanos, computadores, internet, celulares, discursos e uma infinidade de objetos. Falar que *fake news* somos nós, porém, demanda cuidado: tal afirmação, sem ser contextualizada, parece um discurso religioso. Para entender tal argumento, é preciso revisitar uma consideração de Amooore (2020) sobre *da Vinci*, robô cirúrgico intuitivo. Seu treinamento foi a análise de diversas gravações de cirurgias (humanos) realizando suturas e outros procedimentos. O sistema “extrai 78 características, ou ‘variáveis de movimento’ a partir da vasta quantidade de vídeos e dados de sensores armazenados pelo robô da Vinci”, explica Amooore (2020, p. 59, tradução nossa⁸⁹).

Há uma relação íntima entre os algoritmos de aprendizagem de máquina e a base de dados médica a partir da qual trabalham: formam um “nós” cirurgião, no qual médicos, pesquisadores e o robô buscam a estratégia de ação mais acertada (AMOORE, 2020). Os procedimentos operatórios não são do médico, mas uma responsabilidade coletiva, um entrelaçamento em que profissionais, literatura científica, gravações de cirurgias passadas, instrumentos como bisturis e pinças, assim como uma infinidade de atores se associam. Sistemas de *machine learning*, como explica Amooore (2020), colapsam a ação e lógica algorítmicas com a ação e lógica humanas. O *Google Vision*, ferramenta utilizada na análise apresentada no capítulo 3 desta tese, possui função específica para identificação de entidades que considera, especialmente, o conteúdo disponível na internet que descreve aquela imagem ou similares.

⁸⁷ Um dos terroristas que invadiu e depredou o Supremo Tribunal Federal alegou, em um vídeo postado na internet, ter encontrado um pênis de borracha e produtos eróticos no gabinete do ministro Alexandre de Moraes, a quem o bolsonarismo tem como inimigo declarado.

⁸⁸ Há duas referências possíveis: a perspectiva de Amooore (2020), que aponta o aprendizado de algoritmos como um entrelaçamento; e o livro organizado por Ferrari (2020), cujo nome faz referência a um romance distópico do escritor russo Ievguêni Zamiátin.

⁸⁹ “The model extracts seventy-eight features, or “motion variables”, from the vast quantity of vídeo and sensor data archived by the da Vinci robot” (AMOORE, 2020, p. 59).

Nesta perspectiva, não é estranho dizer que as *fake news* são *nossas*, frutos de uma sociedade interobjetiva (LATOURE, 2015) e demarcada pela PDPA (LEMOS, 2020c). Falar em uma tribalização da sociedade, como bem destaca Cesarino (2022), é uma forma de orientalismo – e falta de espelho. Afinal, como diz Latour (2002, 2019), o Moderno é o que crê que só os outros creem. Não é à toa que acreditamos que apenas os outros são susceptíveis aos efeitos das *fake news*, enquanto pessoas próximas estariam imunes (JANQ; KIM, 2018, LEMOS; OLIVEIRA, 2020).

Dizer que as *fake news* somos nós é, portanto, repudiar uma abordagem e explicação antropocêntrica para tal fenômeno. Tampouco busca refúgio em um apocalipse tecnocêntrico em que as máquinas dominaram o mundo e danificam a esfera pública. É compreender que as *fake news* são fenômenos característicos do atual estágio da cultura digital, que refletem a lógica da PDPA, sustentam-se na crença – embora simulem referências – e circulam em cascatas de informação. Nesta seção da tese, tais questões são discutidas mais amplamente.

O capítulo 6 atende parcialmente ao objetivo central desta tese, aqui retomado: Compreender as *fake news* no contexto contemporâneo da cultura digital, marcado pela plataformização, dataficação e performatividade algorítmica (PDPA – LEMOS, 2020b, 2020c). Busca-se problematizar e entender seus tipos, formas de circulação, *os atores envolvidos em sua produção, circulação e consumo*, sua relação com o jornalismo e com a produção jornalística da verdade.

6.1 Procedimentos metodológicos

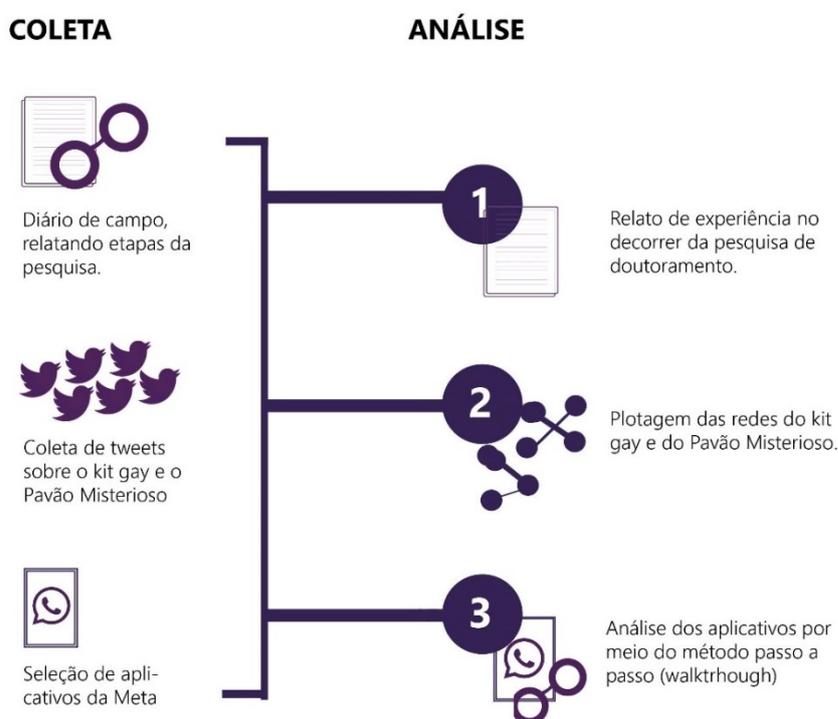
Nas seções anteriores, a presente tese demonstrou como *fake news* e o jornalismo informativo e interpretativo – representado pelas checagens de fatos – são verificados a partir de modos distintos. O presente capítulo, por sua vez, busca situar tais formas de veridicção, assim como a produção, o consumo e a circulação de conteúdos falsos, dentro da PDPA. Sua natureza é mais de um relatório de pesquisa do que um texto que opera conceitos acadêmicos – embora também o faça. Por vezes, o relato apresentado é retirado do diário do campo do pesquisador – que, em alguns momentos, é movido em sua subjetividade por esta tese e deixa escapar sua presença. Assim, as vozes verbais se confundem – ora na primeira pessoa, ora buscando a indeterminação do sujeito –, pelo que se pede desculpas previamente ao leitor: a pesquisa tem sido parte da minha vida nos últimos anos e com ela se confunde.

Há um motivo para isso. É o que aponta Cesarino, explicando Hacking (2003, *apud* CESARINO, 2022, p. 28), que explica que sistemas só podem ser observados de forma situada – afinal, o observador é, por si mesmo, um sistema, e “a contemplação dos sistemas com os

quais [...] coemerge sempre implica algum tipo de intervenção em seu campo de operação”. Pode-se ignorar a abordagem sistêmica como explicação apriorística e, sob as orientações de Latour (2012), considerar as associações. Nessa perspectiva, é possível entrar na rede em qualquer um de seus pontos, mas o esforço empreendido pelo pesquisador e as lentes com que descreve tais associações também definem as dimensões e a “plotagem” de tal rede.

Passo, então, à descrição dos procedimentos adotados nesta etapa da pesquisa:

Imagem 49 - Fluxograma dos procedimentos metodológicos - Parte 3



Fonte: elaborado pelo autor, 2022

Enquanto as duas primeiras seções desta tese possuem procedimentos metodológicos mais robustos, o presente capítulo reúne impressões, indícios e relatos que buscam pavimentar o acesso ao fenômeno. São cadeias de referência não tão extensas, já que tais inscrições são prejudicadas pela opacidade das plataformas, pela miríade de mensagens falsas, pela exaustão e desamparo que me acompanharam em minhas incursões em grupos bolsonaristas. No entanto, como ampara Latour, “nenhum pesquisador deve achar humilhante a tarefa de descrever – que, muito pelo contrário, é a realização máxima e mais cara” (2012, p. 199).

Descrevo, então – com um pouco de alívio – os procedimentos desenvolvidos nesta etapa da pesquisa. Como destaca a Imagem 49, há três fontes de dados distintas consideradas

aqui. A primeira delas é o diário de campo do pesquisador, que reúne as incursões em grupos de política no Telegram e no WhatsApp, a análise de casos e o registro de impressões diversas. Outra fonte são *tuites* sobre o *kit gay* e o Pavão Misterioso, utilizados para compreender melhor a circulação de conteúdos falsos nesses casos. A Covid-19, como apontei no capítulo anterior, é uma controvérsia significativamente maior, além de mais recente, de modo que fontes alternativas precisavam ser convocadas na tentativa de “equilibrar” a análise. Por fim, considerei os aplicativos Facebook, Instagram e WhatsApp a fim de compreender como sua materialidade facilita ou não a disseminação de conteúdos falsos.

Outra estratégia adotada foi a inserção em grupos de WhatsApp. Esse tipo de pesquisa tem, como etapas básicas: a) busca na internet por convites (*links* de convites) para grupos públicos; b) tentativas de inserção nos grupos; e c) extração dos dados (CAETANO *et al.*, 2018, RESENDE *et al.*, 2018, RESENDE *et al.*, 2019). Outras etapas podem ser inseridas caso o objetivo da pesquisa demande, como, por exemplo, a mineração de novos *links* de convite (BURSZTYN; BIRNBAUM, 2018). Os convites foram encontrados a partir de pesquisa em buscadores on-line, com o uso dos termos “Bolsonaro”, “direita”, “conservador”, “Lava Jato”, “LavaJato”, “Lava-Jato”. Encontrou-se *links* de convite e sites que agregavam *links* públicos para grupos bolsonaristas, como o ZapBolsonaro.com⁹⁰ – hoje, descontinuado. Com tais URLs, foi possível entrar nos grupos e, ali, buscou-se convites para outros. Fiz parte de mais de dez grupos no WhatsApp, mas alguns deles foram “sequestrados”⁹¹ e não tiveram mais pertinência para a pesquisa.

Também acompanhei grupos de política no Telegram, especialmente após a debandada de militantes bolsonaristas para o aplicativo em 2019, em função da remoção de contas promovida pela Meta. No mensageiro russo, utilizei a busca global para identificar diversos canais e grupos, dos quais fiz parte. Destaque ao *Exército Bolsonaro* que, em tempos áureos, teve mais de 40 mil membros – hoje o grupo tem como nome *Deus tem propósitos*, para enganar a Justiça, e só pode ser acessado por meio de rede de navegação privada (VPN), já que decisão

⁹⁰ O primeiro grupo a que tive acesso no WhatsApp foi o “Zap Bolsonaro”. O *link* é disponibilizado em um site (<https://zapbolsonaro.com>) – eram mais de 100 grupos, existindo grupos por cidade, por gênero, estado e temáticas. O “Zap Bolsonaro” funcionava mais como uma lista de transmissão, visto que apenas administradores podem enviar mensagens.

⁹¹ Existe, nos grupos on-line de mensageiros, uma disputa pelo controle administrativo das ferramentas. Para tanto, alguns eleitores da esquerda se fazem passar por pessoas da ultradireita, ou ofendem outros membros do grupo, de quem são “cúmplices”. A pessoa ofendida, que está há mais tempo no grupo, solicita ao administrador poderes de moderação para auxiliar a reduzir debates e ofensas no grupo. Quando recebe, o grupo é excluído ou “tomado”. Matéria do *The Intercept Brasil* que relata esse processo está disponível em <https://theintercept.com/2019/04/24/grupos-whatsapp-bolsonaristas/>.

do TSE restringiu seu acesso no Brasil. No Telegram, consegui integrar grupos públicos políticos de esquerda, dificilmente identificáveis no WhatsApp.

A primeira crítica que se pode fazer a tal método é, também, relacionada às estratégias de coleta. Ora, em toda a extensão da tese esse foi um problema a ser contornado: as checagens e conteúdos falsos analisados resultam dos critérios de noticiabilidade das agências e da seleção desenvolvida pelo 3PFC da Meta. Aqui, o que é relatado no diário de campo também depende das plataformas. Para adentrar em grupos bolsonaristas, por exemplo, pesquisei *links* públicos por meio do buscador da Google e do Telegram – os resultados de *queries* ali desenvolvidas são distintos para cada usuário. Além disso, não sei precisar se a quantidade de grupos em que participei é significativa ou não, já que não conheço o universo; tampouco me dediquei 24h ao acompanhamento dos grupos – em que há debate político e milhares de mensagens até mesmo nas madrugadas.

Posso argumentar, contudo, que a rede que aqui descrevo permite compreender a produção, a circulação e o consumo de conteúdos falsos – e, claramente, não abraça todos os atores, mas dá um panorama que explicita sua agência. Além disso, a miríade de conteúdos, uma abordagem quantitativa que garanta uma amostragem probabilística, nestes casos, mais apaga que revela: foram coletados quase 290 mil *tuites* sobre o *kit gay* que, sem um recorte por eventos – proposta que se inspira em Bucher (2018) – pouco dizem ou dizem nada. É, como destaca Han (2017), a cegueira oriunda da transparência.

A segunda limitação, como pontuei no parágrafo anterior, é o recorte desenvolvido para apresentação dos dados. A simples análise de mensagens publicadas no grupo *Exército Bolsonaro*, do Telegram, horas após a saída de Sérgio Moro do governo, reuniu mais de 40 mil postagens. Obviamente nem todos os conteúdos são falsos, mas muitos resvalam em teorias conspiratórias ou numa interpretação alternativa do mundo. Apenas os *tuites* do **#ShowDoPavão** publicados em 16 de junho de 2019, *hashtag* que anunciava a criação do perfil, contabilizam mais de 16 mil postagens. Observei, contudo, que esta tese promete discutir a produção, a circulação e o consumo dessas mensagens, não seu conteúdo. Adotei, então, a estratégia de Bucher (2018): selecionei eventos específicos – períodos ou situações específicas – e as descrevi.

Aponto, ainda, que a coleta de *tuites* utilizou o Twint, ferramenta descrita no Apêndice A. É importante afirmar que essa ferramenta esteve indisponível em algumas ocasiões, em função de alterações na API do Twitter – assim, não posso afirmar categoricamente que coletei todos os *tuites* tampouco que não há, entre eles, “lixo”. Mais uma vez, tais postagens são usadas para explicar a produção e circulação, de modo que não é necessário acessar todo o universo.

Por fim, pode-se questionar a adoção do diário de campo e do método passo a passo (LIGHT; BURGESS; DUGUAY, 2018) para fazer inferências sobre a relação entre materialidade dos aplicativos e *fake news*. Pode-se apontar a difícil reprodutibilidade desse método – o que não é exclusividade deste estudo, mas daqueles que analisam a distribuição de conteúdos falsos. Aponto que essa estratégia já foi desenvolvida anteriormente pelo pesquisador, sendo relatada em Oliveira (2019) e em Lemos e Oliveira (2021). Ademais, ressalto que em momentos específicos deste capítulo farei algumas intervenções para detalhar aspectos da metodologia.

6.2 Interfaces e infraestruturas

Ao longo da tese, a participação das plataformas na produção, distribuição, consumo e refutação dos conteúdos falsos foi apontada. Alguns *insights* e resultados de pesquisa indicavam sua intervenção direta nos modos pelos quais a desinformação é compartilhada. Nesta seção, tal discussão é retomada e, para tanto, é preciso rememorar o debate sobre a PDPA (LEMOS, 2020b, 2020c). Afinal, tal contexto é essencial para a circulação de conteúdos falsos na contemporaneidade.

A plataformização é um arranjo social, técnico, econômico e político complexo (VAN DJICK; POELL; DE WALL, 2018, VAN DJICK, 2020), demarcado pela proposição de um capitalismo de dados ou de vigilância (SNIRCEK, 2017, ZUBOFF, 2020), a acentuada dataficação dos processos, da natureza e da vida (LEMOS, 2021); bem como uma sociabilidade específica, a organização e a curadoria da informação pelos algoritmos (BUCHER, 2018, AMOORE, 2020, CRAWFORD, 2021). Para entendê-la, deve-se recorrer a perspectivas não antropocêntricas de pesquisa (LEMOS, 2020b), capazes de identificar os atores, suas associações e as distintas redes que formam modos de existência particulares (LATOURETTE, 2012, 2019).

Compreender o ambiente informacional e político em que se vive hoje exige que se considere como conteúdos falsos são compartilhados e percebidos pelos usuários, bem como que diferentes atores – humanos e não humanos – estão entrelaçados na produção e circulação de *fake news*. A literatura aponta a importância de *bots* como agentes no compartilhamento de conteúdos falsos (BAKIR; MCSTAY, 2017, BOVET; MAKSE, 2019, XU *et al.*, 2020), assim como discute o papel dos algoritmos, “filtros-bolha” e *dark patterns* de plataformas de redes sociais de internet (BAKIR, MCSTAY, 2017, BACARELLA *et al.*, 2018, TANDOC; LIM; LING, 2017, TORRES; GERHART; NEGAHBAN, 2018, SANTAELLA, 2018).

Considere-se as plataformas infraestruturais, que oferecem ferramentas técnicas para a hospedagem de *sites*, processamento e o próprio aprendizado algorítmico. A introdução desta tese fala do *Jornal da Cidade Online*, caracterizado por sua baixa qualidade informativa e linha editorial alinhada à extrema-direita. Segundo os dados do registro, utiliza um serviço de distribuição de conteúdo, o Cloudfare. Para a explicação que desenvolvemos aqui, vamos supor que a página é hospedada no AWS – um combo de hospedagem na plataforma e rede de distribuição de conteúdo é oferecido pela Cloudfare. Desta forma, o conteúdo estaria hospedado nos *datacenters* da Amazon e é distribuído por meio do Cloudfare, que é uma ferramenta que protege sites de ataques de negação de serviço (DDoS), além de acelerar a distribuição do conteúdo.

O *Jornal da Cidade Online* era financiado pela renda dos anúncios do *Google Ads* (plataforma infraestrutural), inclusive com propagandas do Governo Federal sendo ali veiculadas. Para garantir tal renda, precisa que esse conteúdo circule: entram aí as técnicas de SEO, que permitem que o site seja mais bem ranqueado no buscador do Google (outra plataforma infraestrutural). Isso, por si só, não é suficiente: *links* do portal são compartilhados no Facebook e em grupos de Telegram – como o *Exército Bolsonaro*⁹² – e de WhatsApp.

Quando um *link* do *Jornal da Cidade Online* é compartilhado no WhatsApp, o mensageiro apresenta apenas uma miniatura. De igual forma, quando se busca no Google alguma matéria do site, apenas parte da *meta title tag* (60 caracteres) ou da *meta title description* (150 caracteres) são apresentados (Imagem 50). No Facebook, o usuário pode escrever uma legenda para acompanhar o conteúdo postado, mas no Instagram ele só pode indicar o *link* nos *stories* – ferramenta que permite gravar um vídeo de até um minuto explicando o conteúdo que se compartilha. Se esse usuário deseja disseminar esse *link* pelo Twitter, tem apenas 280 caracteres para fazê-lo.

⁹² A menção não é meramente exemplificativa. Durante a pesquisa, observou-se relação entre o grupo bolsonarista no Telegram e a página *News Atual* (<https://www.newsatual.com/>), na qual circulam conteúdos falsos e alinhados com o bolsonarismo. O perfil do *News Atual* no Twitter também teve o nome de usuário mudado (provavelmente, em 2018), de modo que pode ter sido comprado. Vale pontuar, ainda, que um membro do grupo se dizia editor do *Jornal da Cidade Online* e ali compartilhava *links* das matérias do site.

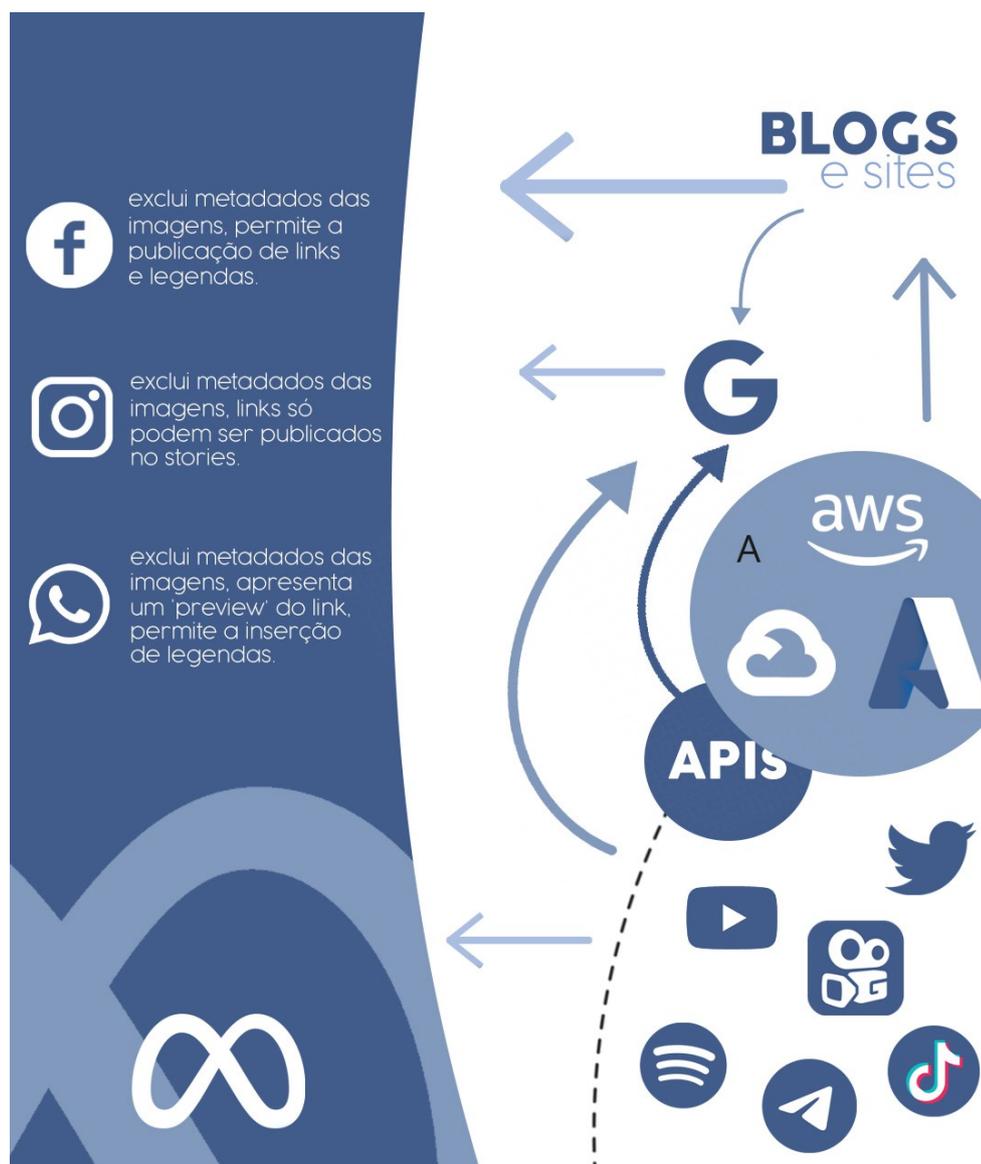
Imagem 50 - Apresentação dos resultados no buscador da Google



Fonte: elaborado pelo autor, 2023.

Tal exemplo busca demonstrar, de forma simplificada, como plataformas e suas interfaces participam da produção e do compartilhamento de conteúdo na internet. Lemos e Oliveira (2021, p. 77) argumentam que “o Facebook e suas aplicações produzem e formatam os conteúdos falsos”. Tal proposição encontra respaldo nos resultados dessa tese, já que a plataforma e suas interfaces – e assim o fazem outras plataformas – determinam que conteúdos terão melhor ou maior distribuição, sua aparência e compartilhamento. Mais do que isso, porém, a produção, circulação e refutação de conteúdos falsos envolve outras plataformas, estruturas regulatórias específicas e legislação, a ação humana, dentre diversos atores. Considere-se o esquema ilustrativo apresentado na Imagem 51:

Imagem 51 - Produção de conteúdos falsos e restrições da interface



Fonte: elaborado pelo autor, 2023.

No círculo A, estão as plataformas infraestruturais. Uma representação mais fiel também colocaria, nessa esfera, as lojas de aplicativo, interfaces de programação de aplicações (APIs, que estão separadas das plataformas infraestruturais na imagem por questões meramente didáticas), sistemas operacionais, buscadores, dentre outras aplicações. Instagram, WhatsApp, YouTube e o TikTok também são plataformas infraestruturais (VAN DJICK; POELL; DE WALL, 2018, VAN DJICK, 2020). Sem essas ferramentas, é difícil oferecer um serviço na internet.

O motivo já foi dito: plataformas infraestruturais possuem ferramentas que sustentam serviços oferecidos por outros *sites* e outras plataformas – inclusive outras plataformas

infraestruturais. O WhatsApp faz *backup* no Google Drive, a Netflix depende da hospedagem da AWS, enquanto a Globoplay e os Estúdios Globo estão na Google Cloud. Tais sistemas também têm importância nas estratégias de identificação e refutação de conteúdos falsos, como se discute na seção 6.4. O Aos Fatos, por exemplo, usa o Crowdtangle – plataforma infraestrutural da Meta – para acompanhar a desinformação.

Um olhar atento vai identificar, ainda, a importância das lojas de aplicativos nesse contexto: o Parler, aplicativo da extrema-direita estadunidense, foi removido da App Store e da Google Play por não se conformar aos termos de uso – a AWS já havia se negado a manter a hospedagem do site. O Grindr, aplicativo de encontros para o público *gay*, diz em seus termos de uso que só não aceita nudez nas fotos de perfil por causa das restrições das lojas de aplicativos.

Em alguns casos, quem produz um site precisa de um sistema de gerenciamento de conteúdo (*Content Management System*, ou CMS). Tais ferramentas delimitam a estrutura do texto, sua apresentação e, ainda, a posição daquela página no buscador do Google, por exemplo. Do ponto de vista do conteúdo, o editor de um site também precisa adotar estratégias de SEO para ser melhor ranqueado. Nessa dimensão, pode apelar para *clickbait*s, títulos ambíguos e outras formas de desinformação – que são bem aceitas pelos algoritmos, como se vê adiante.

Pesquisas anteriores demonstram a distribuição de conteúdos de uma plataforma para outra. Machado e colegas (2020), por exemplo, relatam uma *pipeline* entre YouTube e WhatsApp: vídeos desinformativos são enviados no mensageiro, no qual podem ser assistidos em miniatura. Em relatório do Monitor de WhatsApp da UFMG desenvolvido na eleição presidencial de 2018, Melo e colegas (2018) destacam os 20 domínios da web mais compartilhados no mensageiro entre 1º de junho e 1º de novembro de 2018 (Imagem 52, esquerda). Por sua vez, relatório sobre a eleição de 2022 (MELO *et al.*, 2022), desenvolvido entre 15 e 26 de setembro de 2022, indica também o *top 20* (Imagem 52, direita):

Imagem 52 - Links mais compartilhados no WhatsApp nas eleições de 2018 (esquerda) e de 2022 (direita)

Domínio	# Total	# Distintas	# Usuários	Domínio	# Total	# Distintas	# Usuários
whatsapp.com	55468	372	850	google.com	977	151	8
gazetabrasil.com.br	35031	10444	813	youtube.com	662	160	174
bit.ly	23473	7708	1344	gazetabrasil.com.br	361	111	5
youtu.be	20952	6003	2917	financas-web.club	334	3	260
dunapress.org	19115	1505	317	terrabrasilnoticias.com	314	28	185
terrabrasilnoticias.com	17896	3029	1681	facebook.com	248	81	62
facebook.com	13206	5587	2508	whatsapp.com	240	38	79
t.me	12706	453	1066	instagram.com	219	101	71
uol.com.br	12193	6346	2798	t.me	214	15	64
globo.com	12077	6124	3248	novaiguacu24h.com.br	158	2	28
instagram.com	9040	2696	1506	pensandodireita.com	137	3	10
twitter.com	8298	3053	1455	globo.com	135	45	57
jornaldacidadeonline.com.br	6803	1116	1839	bit.ly	124	16	8
portalnovoporte.com.br	6453	587	1168	twitter.com	96	27	29
timesbrasil.com.br	5350	1498	43	uol.com.br	92	44	29
blogspot.com	5069	2594	640	portalcidade.news	85	10	16
youtube.com	4833	1513	1126	creditoparacartao.com	83	1	74
conexapolitica.com.br	4792	1524	1175	noticiasdebrasil.com	71	3	1
ultimasnoticiasdobrasil.com	4662	490	60	brasil247.com	59	35	23
t.co	4310	2097	799	apostagem.com.br	57	8	29

Fonte: Melo e colegas (2018, 2022a).

Destaque aos domínios relacionados às plataformas de redes sociais de internet. Em 2018, circularam diversos *links* do próprio WhatsApp, o que certamente aponta a distribuição massiva de convites para grupos de política. Ainda, grande número de compartilhamentos do YouTube (youtu.be e youtube.com), do Facebook, do Telegram (t.me), do Twitter (twitter.com e t.co). Em 2022, os mesmos *links* aparecem. Chama a atenção a ausência de compartilhamentos para o TikTok e o Kwaii. Essa lacuna, no entanto, é facilmente explicada: normalmente os usuários fazem *download* do vídeo e o encaminham no mensageiro, ao invés de compartilhar o *link* da publicação original.

No esquema da Imagem 51, conteúdos falsos são compartilhados entre as plataformas de redes sociais: do YouTube para o WhatsApp; do TikTok para o WhatsApp e Instagram; do Telegram para o WhatsApp e vice-versa; *prints* do Twitter ou do Facebook são postados no WhatsApp, no Telegram e no Instagram, dentre diversas outras possibilidades. Interessa perceber que cada plataforma formata o conteúdo de uma maneira: no Twitter, há um limite restrito de caracteres, as imagens são cortadas a partir de uma lógica algorítmica específica; enquanto o Instagram funciona de maneira diversa. Portanto, quando alguém faz a captura de tela de um tuite e compartilha a imagem no WhatsApp, o conteúdo passa pela intervenção de ambas as interfaces e é por elas transformado.

Há, dessa forma, uma espécie de mediação⁹³ – para usar o conceito de Bolter e Grusin (2000) –, mas em uma dinâmica distinta. Se o usuário compartilha um vídeo com a

⁹³ Por imediação, Bolter e Grusin (2000) se referem à busca da mídia digital por parecer transparente, por uma espécie de imediatismo perceptivo ou afetivo” – explica Grusin em entrevista a Saad (2013, p. 164). É a ideia da mídia como algo invisível, que não faz mediações (MARTINO, 2015). A imediação depende da hipermediação,

marca d'água do TikTok nos seus *stories* do Instagram, será punido pela plataforma com a redução no número de pessoas que recebem tal publicação. Neste momento, contudo, o leitor atento pode questionar esse texto. Afinal, o esquema apresentado na Imagem 51 não diz respeito somente aos conteúdos falsos mas, também, aplica-se a notícias e outras publicações que circulam nas plataformas de redes sociais.

Não se apresentou até aqui, de fato, de que modo as interfaces interferem especificamente na produção e circulação de conteúdos falsos. Há, contudo, intervenções das plataformas que devem ser destacadas, já que explicam as *fake news*. Quando enviamos uma imagem pelo Instagram, Facebook ou WhatsApp, seus metadados são apagados no momento que o aplicativo comprime o conteúdo para enviá-lo (ARUN, 2019). No mensageiro da Meta⁹⁴, a criptografia ponta-a-ponta⁹⁵ torna-lhe uma “*deep web* de bolso” (RATHORE, 2016, GONÇALVES NETO; MENESES E DACORSO, 2019).

Outras *affordances* tornam difícil, se não impossível, rastrear a origem e responsabilizar indivíduos por fraudes [...] A desinformação não remete, portanto, a itens isolados de informação falsa [...] Ela é todo um ambiente que é produzido e entregue de forma personalizada pelos algoritmos a cada usuário. Os públicos conspiratórios são, nesse sentido, apenas a forma mais extrema e visível de um viés que é mais geral (CESARINO, 2022, p. 245).

visto que são necessários aparatos mais complexos para garantir a aparente transparência. Aponta Grusin, em entrevista concedida a Saad (2013, p. 165), que “a lógica dupla da remediação é, em primeira instância, uma lógica formal, focada tanto num imediatismo transparente – no qual a tela ou a imagem plana é concebida como uma janela através da qual pode se ver um mundo não mediado – quanto focada na hipermediação, na qual a tela ou a imagem plana chama atenção para sua própria mediação, quase sempre pela fragmentação de si mesma num navegador web, num computador ou numa tela de TV a cabo como a CNN. Entretanto, a remediação também tem uma dimensão afetiva, especialmente na concepção de imediatismo, na qual além da lógica visual da transparência também recorre à expressão, à resposta afetiva gerada pela transparência do imediatismo e da hipermediação, as quais produzem algo como um sentimento ou afetividade do real”.

Enquanto as mídias procuram destacar a sensação de imediação, de transparência, precisam convocar novos aparatos para garantir uma melhor representação, melhor mediação (BOLTER; GRUSIN, 2000). A remediação, como explica Martino (2015, p. 223), é “um ambiente saturado de mídias que buscam se tornar invisíveis em relação à realidade que tentam representar”. No exemplo que apresentei nesta tese, busquei apontar como há uma nova mediação a cada vez que um conteúdo é postado em uma outra interface; uma mediação que também se passa por transparente – o agir algorítmico não é abertamente apresentado, sendo revelado somente por seus efeitos – e que envolve também um processo de aproximação e distanciamento (MARTINO, 2015).

⁹⁴ Em 2009, o WhatsApp foi criado por Jan Koum e Brian Actonem, sendo adquirido pelo então Facebook em 2014 (KHURANA; KUMAR, D; KUMAR, S, 2019). A aquisição foi acompanhada da introdução de novas ferramentas: a versão web (jan. 2015), as chamadas de voz (abr. 2015), a criptografia de ponta-a-ponta (abr. 2016), as chamadas de vídeo (nov. 2016), inserção de fotos e vídeos no *status* (fev. 2017) (WHATSAPP, 2020) e a possibilidade de grupos com mais de 256 pessoas (anunciada para 2023), dentre outros recursos.

⁹⁵ O Telegram possui uma encriptação cliente-servidor nas conversas em grupo ou *chats* privados, e adota a criptografia ponta-a-ponta apenas nos *chats* secretos.

O WhatsApp, com uso significativo no Brasil⁹⁶, teve relevância na disseminação de *fake news* na eleição presidencial de 2018 (FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS, 2018), assim como esteve relacionado ao compartilhamento de conteúdos falsos na Índia, país com maior número de usuários desse aplicativo no mundo (BALI; DESAI, 2019). O mensageiro oferece dois tipos de compartilhamento: a lista de transmissão – que permite o envio de mensagens para até 256 contatos – e o encaminhamento – limitado a cinco contatos⁹⁷. Esse limite foi implantado em 2018, quando a plataforma anunciou mudanças para reduzir a viralização de conteúdos: o botão de compartilhamento rápido saiu da interface do WhatsApp na Índia; e o número de envios concomitantes de um conteúdo foi reduzido, no mundo todo, para cinco (WHATSAPP, 2018). Outra ação foi a inserção de etiquetas em mensagens muito compartilhadas (ARUN, 2019). Tais estratégias impedem que um único usuário se torne um *hub* de desinformação, mas não evitam a viralização de um conteúdo, apenas a atrasa (MELO *et al.*, 2020). Por sua vez, Lee e Wei (2022) apontam ressalvas a tal estratégia, que limita o compartilhamento ativo de informações entre os usuário, sugerindo, em seu lugar, o incentivo a uma participação responsável do usuário e que esse cheque a veracidade daquilo que quer encaminhar.

Também não é possível dizer que uma mensagem que não tenha a etiqueta “Encaminhada” não seja viral. O usuário pode copiar o texto de uma postagem e colar na conversa no *app*. “Parece tratar-se de uma estratégia para *a*) manter o tom de conversa, sem que se pareça reproduzir informações ou conteúdos; e *b*) ampliar o compartilhamento da informação a partir da reputação de quem a envia” (OLIVEIRA, 2019, p. 10-11).

O WhatsApp permite a criação de grupos públicos e privados com até 256 membros⁹⁸, o que implica na proliferação dos grupos e elevado coeficiente de clusterização. Em outras palavras, a conexão entre os membros de um grupo é mais densa (MELO *et al.*, 2020). A literatura aponta relação entre a confiança de um usuário em conteúdos disponíveis nas redes sociais digitais e o conhecimento prévio da fonte ou de quem encaminhou tal publicação (SHAFI; RAVIKUNAR, 2018). Ademais, o WhatsApp cria um ambiente de intimidade e imediaticidade:

⁹⁶ Pesquisa conduzida pelo Comitê Gestor da Internet no Brasil em 2017 apontou que 90% dos entrevistados enviaram mensagens pelo WhatsApp, Skype ou Facebook Messenger, sendo que 67% usaram funções de voz e vídeo desses *apps* (PESQUISA..., 2018).

⁹⁷ Restrição inserida pela plataforma nas eleições de 2018. Em função de conteúdos virais sobre a pandemia, o WhatsApp limitou ainda mais: mensagens muito compartilhadas podem ser reencaminhadas para somente um contato (WHATSAPP, 2020).

⁹⁸ Em novembro de 2022, o mensageiro introduziu o recurso Comunidades, que permite chamadas de vídeo com 32 pessoas e grupos com até 1.024 membros.

Na campanha bolsonarista de 2018, [...] áudios de WhatsApp materializavam a oferta de acesso exclusivo, e em tempo real, aos bastidores de um mundo ocultado pelas elites [...] É claro que, pensando friamente, todos sabem que um texto ou áudio de WhatsApp, ou mesmo um vídeo, pode ser gravado por qualquer um, em qualquer lugar, para falar qualquer coisa. Mas, via de regra, usuários que já se encontram imersos num ambiente no qual aquela mensagem faz sentido imediato não param para pensar sobre sua autenticidade” (CESARINO, 2022, p. 243-244)

Análise desenvolvida por Canavilhas, Colussi e Moura (2019) em grupos de WhatsApp durante a eleição de 2018 apontou que esses recursos são muito utilizados: usuários preferem enviar imagens (48,5%), vídeos (32,6%) e *links* (8,7%). As imagens compartilhadas no *app* circulam por pouco tempo: 80% são compartilhadas em um período menor que dois dias, enquanto 20% podem se tornar virais (MELO *et al.*, 2020). Para Farooq (2018), o uso desses recursos permite que o usuário do WhatsApp se comunique de acordo com seu letramento.

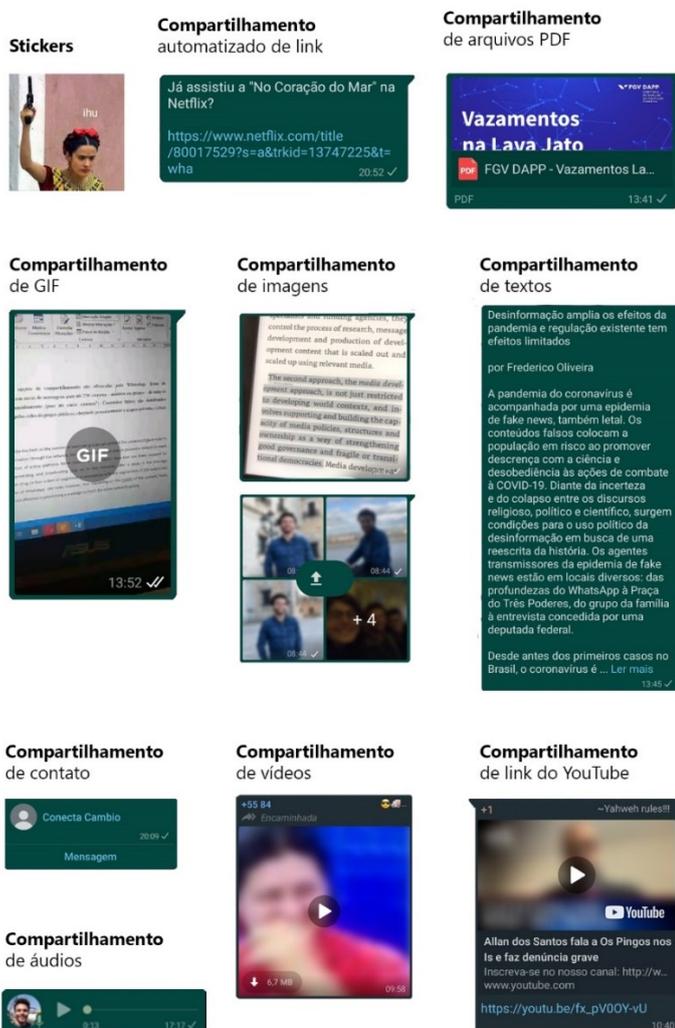
Outra função do aplicativo a ser apontada é a opção de selecionar mensagens e apagá-las. Quando um usuário utiliza a ferramenta “apagar mensagem”, a recuperação de tais conteúdos é difícil. Nem mesmo a análise de dados voláteis do aparelho garante a recuperação das mensagens, pois depende da capacidade e *performance* da memória RAM do aparelho (MIRZA; SALAMH; KARABIYIK, 2020) Vale recordar que o WhatsApp apaga as mensagens do seu servidor assim que o usuário as recebe (WHATSAPP, [201?]),

Neste sentido, as mensagens temporárias do Instagram também devem ser consideradas. É possível encaminhar imagens ou vídeos com número limitado de reproduções permitidas – tal ferramenta também está presente no WhatsApp. Ademais, o modo temporário do *direct* do Instagram as mensagens são excluídas automaticamente após visualizadas pelo usuário. Caso uma captura de tela seja feita, o aplicativo avisa aos participantes do *chat*. Tais ferramentas, portanto, podem ser usadas tanto para o envio de dados de cartão de crédito, de *nudes*, como para agredir ou assediar alguém.

O *status* do WhatsApp possui função análoga aos *stories* do Instagram, com diferente distribuição, contudo. No mensageiro, tal conteúdo só é exibido a usuários que têm o contato de quem postou registrado na agenda. No Instagram, os *stories* podem ser acessados por todos em perfis abertos ou apenas aos seguidores de quem tornou a conta privada – observe-se, contudo, que o algoritmo do *app* define se aquele *story* será ou não visualizado. Ainda se pode apontar outra distinção: não é possível denunciar publicações no *status*, enquanto se pode indicar à plataforma *stories* com conteúdo falso ou nocivo.

Voltando ao mensageiro, sua interface define o modo como conteúdos específicos serão apresentados, como ilustra a Imagem 53:

Imagem 53 - Interface do WhatsApp formata apresentação de conteúdos na conversa



Fonte: Oliveira (2020).

Importa destacar que a apresentação de tais conteúdos reorganiza o modo como são lidos pelos usuários. No Brasil, país em que o acesso ao WhatsApp é oferecido gratuitamente por operadoras de telefonia – ainda que tal prática ataque a neutralidade da rede⁹⁹ –, o usuário muitas vezes só tem acesso à prévia do conteúdo de um *link*. Seu plano de dados nem sempre

⁹⁹ No arcabouço legal brasileiro, neutralidade de rede é o princípio por meio do qual “O responsável pela transmissão, comutação ou roteamento tem o dever de tratar de forma isonômica quaisquer pacotes de dados, sem distinção por conteúdo, origem e destino, serviço, terminal ou aplicação”, como conceitua o art. 9 do Marco Civil da Internet (BRASIL, 2014). Como destaca o Comitê Gestor da Internet (), critérios técnicos e éticos devem guiar filtros e privilégios de tráfego, sendo que não podem existir discriminação ou favorecimento em função de questões políticas, comerciais, religiosas etc. (COMITÊ..., 2009).

permite que abra a página e entenda o argumento de tal texto, tampouco que investigue as referências por ele apresentadas. Pode-se, certamente, apontar uma relação entre interfaces e desinformação (BAKIR, MCSTAY, 2017, BACARELLA *et al.*, 2018, TANDOC; LIM; LING, 2017, TORRES; GERHART; NEGAHBAN, 2018, SANTAELLA, 2018, 2021b, LEMOS; BITENCOURT; SANTOS, 2020, MELO *et al.*, 2020, LEMOS; OLIVEIRA, 2021, CESARINO, 2022, LEE; WEI, 2022, dentre outros). Nesta perspectiva, Lee e Wei (2022) apresentam princípios de *design* que poderiam prover plataformas de redes sociais mais responsáveis.

Tome-se, por exemplo, a possibilidade de utilizar pseudônimos – sejam *nicknames* ou ID – no lugar do nome registrado nos documentos. Tal ação pode garantir a privacidade do usuário: no Telegram, por exemplo, é possível esconder o número de telefone utilizando o nome de usuário. No entanto, como relatam Lee e Wei (2022), tal ferramenta já foi utilizada para distribuição de vídeos de estupro de menores na Coreia do Sul. Ressaltam os autores que as plataformas devem ter recursos para rastrear a identidade do usuário, ainda que esse utilize *nicknames*. Tal perspectiva está alinhada com a jurisprudência brasileira sobre o anonimato, apresentada na seção 2.5 desta tese.

Vale destacar, ainda, que a possibilidade de mudar o nome de usuário e o *nickname* sustenta a venda de perfis do Twitter. São criadas *fan accounts*, ou perfis que disseminem conteúdos que viralizam facilmente: quando o número de usuários cresce, tais contas são vendidas e mudam seu nome de usuário e *nickname* (OLIVEIRA, 2019). Tal recurso foi limitado após a aquisição da plataforma por Elon Musk. O Twitter Blue, novo modelo de negócios adotado na rede social, seria o centro dessa controvérsia. Com o pagamento de uma mensalidade, usuários poderiam ser verificados. Na plataforma, o selo azul ao lado das contas representava uma distinção entre contas que o próprio Twitter considerava influentes e aquelas que não. Com o novo sistema, muitos usuários compraram o *blue tick*, mudaram seu nome e foto de perfil para se passar por Elon Musk. Diante disso, o novo dono do Twitter proibiu que as contas verificadas mudassem seu *nickname*, o que pegou Doja Cat desprevenida:

Imagem 54 - Doja Cat reclama da proibição de mudar o *nickname* no Twitter



Fonte: captura de tela de @DojaCat, 2023.

Neste sentido, as plataformas deveriam desenvolver mecanismos que relacionem um pseudônimo com o endereço de *e-mail* ou outra forma de identificação. Tal sistema permitiria monitorar comportamento suspeito, como a frequente criação e exclusão de contas, assim como advertir usuários, argumentam Lee e Wei (2022). Essa proposta, embora relevante, não é suficiente: as contas do Twitter estão relacionadas a endereços de *e-mail*, mas isso não impediu que uma *fan account* do Justin Bieber se tornasse o Pavão Misterioso – além disso, identificar que o nome de usuário e o *nickname* foram alterados é trabalhoso. O Telegram registra o número de telefone relacionado ao nome de usuário, o que não impede, contudo, que esse telefone seja descartado posteriormente e repassado a outro CPF.

Uma estratégia interessante é adotada pelo Instagram, que lista a quantidade de nomes de usuário que determinada conta utilizou. No entanto, a plataforma não torna tais nomes públicos, até mesmo para garantir a privacidade do usuário. O Facebook tem ferramenta semelhante.

Imagem 55 - Recurso "Sobre essa conta" do Instagram

Informações da conta

Para ajudar a manter a nossa comunidade autêntica, estamos mostrando informações sobre contas que alcançam muitas pessoas ou anunciam no Instagram. Ver por que essas informações são importantes.

Data de entrada	janeiro 2021
Conta situada em	Brasil
Nomes de usuário anteriores	3 >

Fonte: captura de tela de perfil no Instagram, 2023.

6.2.1 Latência e estabilização

É possível espalhar conteúdos falsos e garantir uma aparência artificial de verdade (é a estratégia do *astroturfing*¹⁰⁰), mas é mais exitoso compartilhar mentiras que sejam cognitivamente ressonantes (CALVO; ARUGUETE, 2020). Em outras palavras, é importante um contexto prévio que torne a desinformação mais plausível. Como lembra Latour (2020), um fato é resultado de um mundo compartilhado, da vida pública. Sendo assim, dar a aparência de fato facilita a disseminação de conteúdos falsos.

Por latência, indica-se “o momento em que circula uma miríade de boatos, conteúdos falsos e teorias conspiratórias isolados e fragmentados”, explica Oliveira (2019, p. 3). Em outras palavras, há um contexto político e social em que já circulam boatos sobre determinado personagem ou evento, ainda não reunidos em uma narrativa estabilizada. Vale observar que o sucesso de conteúdos falsos depende de sua consonância cognitiva (CALVO; ARUGUETE, 2020) e distribuição em cascata (SUSTEIN, 2009, RECUERO; GRUNZT, 2019, O’CONNOR; WEATHERALL, 2019). Como aponta Bloch,

uma falsa notícia nasce sempre de representações colectivas que preexistem o seu nascimento [...] Um acontecimento, uma má percepção, por exemplo, que não tenha o sentido para onde já pendem os espíritos de todos, poderia quando muito se constituir a origem de um erro individual, mas não de uma falsa notícia popular e largamente difundida. Se me é permitido utilizar um termo a que os sociólogos deram um valor demasiado metafísico, mas que é cômodo e afinal rico de sentido, a falsa

¹⁰⁰ Faz referência ao *astroturf*, grama artificial utilizada em estádios de futebol americano. É uma atuação coordenada que cria a impressão falsa de que um grande movimento popular apoia ou repudia um evento. No entanto, é um ação iniciada, controlada e coordenada por um grupo ou organização, sendo menor do que parece (CALVO; ARUGUETE, 2020).

notícia é o espelho onde a “consciência coletiva” contempla o seu próprio rosto (BLOCH, 1995, p. 200).

O *kit gay* não surgiu do nada. Quem frequentou igrejas evangélicas nos anos 90 sabe que em tais denominações era comum o discurso de perseguição da religião, exemplificada com países “comunistas” como a China. Também havia grande ojeriza a partidos alinhados com o “comunismo”, como o PT. Pouco a pouco, surgiam a teologia da confissão positiva e a visão dos sete montes da sociedade, que propunham a influência da igreja na família, religião, educação, artes, mídia, governo e economia. Especialmente o modelo dos 12 (G12), que chegou nos anos 2000, propunha tal intervenção nessas esferas.

Em 2011, o Projeto de Lei Complementar nº 122, que discutia a criminalização da homofobia, era o grande desafio a ser enfrentado nas igrejas. Pastores, líderes e até mesmo membros das denominações argumentavam que se tratava de uma mordalha, visto que não poderiam mais usar os púlpitos para pregar contra a homossexualidade. Nesse contexto, o *kit gay* começa a circular no boca-a-boca das igrejas – prática que funcionava muito bem nas igrejas evangélicas e explica o crescimento exponencial do Diante do Trono, por exemplo – e em grupos religiosos do Facebook. Naquele contexto, personagens como Magno Malta, Damares Alves e Marco Feliciano se apresentam como expoentes no combate a tal perseguição.

Em uma nota pessoal, a primeira vez que ouvi falar no *kit gay* foi em 2011, em um grupo religioso do Facebook. Havia um *card* com dois garotos de 4 ou 5 anos dando um “selinho”. Acompanhava aquele material uma legenda dizendo que tal imagem ilustrava um *kit gay* entregue nas escolas de Brasília. Diversos materiais foram denunciados, tanto por personagens mais fundamentalistas como Júlio Severo¹⁰¹ como em *blogs* evangélicos mais ponderados. Naquele 2011, acreditava-se que secretarias de educação de todo o país estavam desenvolvendo materiais contra a homofobia. O *kit gay* estabilizaria uma série de denúncias, conspirações e conteúdos falsos que circulavam “soltos” há muito tempo na igreja – que embarca em seu combate apenas em 2011.

Em Oliveira (2019), relata-se a circulação de conteúdos falsos sobre a Vaza Jato – especialmente as denúncias relacionadas ao Pavão Misterioso – em grupos de política no Telegram e no WhatsApp. No mesmo dia em que o *The Intercept Brasil* publicou as primeiras quatro reportagens da série, a *hashtag* #EuApoioaLavaJato foi aos *trending topics* do Twitter

¹⁰¹ Julio Severo era um ativista evangélico que mantinha o blog <https://juliosevero.wordpress.com/>. Exilou-se na Guatemala, dizendo-se perseguido pelo Ministério Público Federal após criticar a Parada Gay de 2006. Fez diversas postagens criticando a “ditadura gay” e o *kit gay*. Severo morreu de infarto em 2021.

– nos grupos, circularam mensagens convocando os usuários a publicarem tal *hashtag*. Além disso, diversas postagens questionando a série de reportagem e buscando destruir a reputação da equipe do jornal e seus familiares (OLIVEIRA, 2019).

Ademais, retoma-se uma teoria da conspiração que foi publicada em 29 de janeiro de 2019 no site *Estudos Nacionais*. A publicação dizia que David Miranda montara um escritório de espionagem internacional na Câmara dos Deputados e Jean Wyllys, de quem era suplente, havia renunciado seu mandato como deputado federal por isso. Além disso, começam a ser distribuídos conteúdos que argumentam que o *hacker* que denunciou a Lava Jato teria sido contratado pelo PT; que o jornalista Gleen Greenwald era amigo de Lula; assim como denúncias relacionadas a supostas agressões à moral promovidas pelo jornalista e sua família. Tais discursos se estabilizam nas denúncias do Pavão Misterioso (OLIVEIRA, 2019).

Quando se analisa os conteúdos falsos sobre a Covid-19 que circularam no Telegram é no WhatsApp, não é possível falar em uma latência ou estabilização únicas, já que controvérsias sobre a pandemia sempre ressurgiam. Como explica Venturini (2010), uma controvérsia envolve a abertura e formação de caixas-pretas. Em outras palavras: discute-se amplamente sobre um tema até a sua estabilização, momento em que há uma solução para aquela controvérsia. No caso da Covid-19, contudo, a controvérsia sempre se reacendia, o que pode ser exemplificado com a querela sobre o tratamento precoce.

Inicialmente, apontava-se a hidroxicloroquina como cura para a doença, o que rapidamente foi desacreditado pela ciência. Mas isso não serviu para estabilizar a controvérsia: o tratamento precoce foi atualizado, com a introdução de novas drogas; discutiu-se que a dosagem de hidroxicloroquina oferecida aos pacientes dos estudos clínicos era propositalmente letal; apontou-se interesses da *big pharma* para desmentir a eficácia da medicação. Na controvérsia sobre a Covid-19, toda estabilização (fechamento de caixa-preta) era sucedida por uma nova narrativa que buscava reabrir o debate.

Neste sentido, pode-se lembrar do conceito de mimese invertida de Cesarino (2022), que caracteriza sistemas que nunca se estabilizam. Quando surge uma estabilização, uma caixa preta (o tratamento precoce não funciona), surge outra narrativa (há interesses políticos e econômicos em desmentir o tratamento precoce) que busca reaquecer o debate. As diversas narrativas são substituídas por uma outra, que é totalizante e consegue incendiar ainda mais o debate público. Em vez da estabilização (formação de caixas pretas), abre-se uma caixa de Pandora que potencializa ainda mais a controvérsia.

Tome-se, por exemplo, o discurso que esvazia a Covid-19 de sua letalidade – que só circulou depois que a doença chegou ao Brasil e o então presidente Bolsonaro foi cobrado por

ações mais enérgicas. Começa pela indicação de chás, gargarejos e outras medicações; é retomado na narrativa de que os dados de óbitos estariam inflacionados; é requentado nas *fakes* do borracheiro e dos caixões-vazios; sendo sedimentado no tratamento precoce – o que é irônico, visto que, sendo uma gripezinha, não seria necessária forma alguma de prevenção. Já o discurso que afirma que a China se beneficiou com a pandemia consolida diversos conteúdos falsos: a ideia de que o Sars-CoV-2 é uma arma biológica; a suposta *expertise* da China para conter os casos; o silêncio imposto pelas autoridades do país sobre os casos de Covid-19 etc.

Por sua vez, “a estabilização [...] está relacionada a um evento específico e envolve a criação de uma narrativa que reúne os boatos e teorias conspiratórias em um compêndio “estável”, um discurso único e “forte”, como aponto em outro trabalho (OLIVEIRA, 2019, p. 4). No caso do *kit gay*, a denúncia do então deputado Jair Bolsonaro não foi suficiente: a PLC 122 tinha de entrar na pauta e a bancada evangélica movimentar-se, assumindo, inclusive, a Comissão de Direitos Humanos. Na Vaza Jato, o Pavão Misterioso promove a estabilização das *fake news* em uma única narrativa conspiracionista, como destaquei em outro trabalho (OLIVEIRA, 2019). Em relação à Covid-19, o tratamento precoce e o isolamento vertical; o movimento antivacina; o “sucesso” econômico da China; e as denúncias de corrupção parecem consolidar em narrativas “estáveis” a desinformação.

Vale apontar que essas narrativas não são tão sólidas que não desmanchem no ar. Especialmente pela natureza do WhatsApp, aplicativo em que conteúdos antigos são repostados e, como não há metadados que demonstrem sua data de criação, são entendidos como recentes, há uma constante disputa e rediscussão sobre os mesmos temas (MUKHERJEE, 2020). Ainda que narrativas estabilizadas tenham surgido, voltam à latência diversas vezes, sendo reformuladas em um novo discurso mais adequado ao momento.

6.3 Circulação

O modo como o mundo é percebido e mediado se altera com a introdução dos algoritmos (AMOORE, 2020), já que tais ferramentas, suas possibilidades e limitações são o novo horizonte da verdade (CRAWFORD, 2021). No capítulo 2, apontou-se que a distribuição das *fake news* se dá em cascatas e depende de plataformas de redes sociais (SUSTEIN, 2009, RECUERO; GRUNZT, 2019, O’CONNOR; WEATHERALL, 2019, CALVO; ARUGUETE, 2020). Na seção anterior (6.2), observou-se como a interface dessas plataformas influencia sua produção; agora, discute-se como tais ferramentas potencializam a circulação de conteúdos falsos (BOUNEGRU *et al.*, 2017, FERREIRA, 2018, VOSOGUI; ROY; ARAL, 2018,

LEMOS; BITENCOURT; SANTOS, 2020, OLIVEIRA, 2020, 2021; LEMOS; OLIVEIRA, 2021).

Em situações de crise, incerteza ou em que há significativa demanda por informação pública, a desinformação circula mais rapidamente (JANG; KIM, 2018). A circulação de conteúdos falsos é diretamente proporcional à desconfiança com a imprensa ou com o governo. No entanto, quanto maior o número de canais públicos de rádio e televisão, menor o compartilhamento de conteúdos falsos (HUMPRECHT, 2019). As *fake news* envolvem não apenas uma economia de *likes* mas, também, de emoções (KHALDAROVA; PANTTI, 2016, BAKIR; MCSTAY, 2017, SANTAELLA, 2018). Seus impactos cognitivos e sociais são objeto de pesquisa (FERRARI, 2018, JANG; KIM, 2018, MURPHY *et al.*, 2019, BARFAR, 2019).

Memórias falsas sobre um evento podem ser criadas por quem consome um conteúdo falso favorável a algo que ele mesmo defende, como explicam Murphy e colaboradores (2019). Essa é uma das diversas consequências da disseminação de conteúdo falso apresentadas pela literatura científica. Embora exista controvérsia sobre tais efeitos (JANG; KIM, 2018), não se pode questionar a crescente polarização do debate público e como ela afeta a democracia e a expressão política de alguns grupos, como relatam pesquisas (ALCOOT; GENTZKOW, 2017, TANDOC; LIM; LING, 2017, BUCCI, 2019, SANTAELLA, 2021).

As *fake news* são consideradas uma ameaça, mas a defesa a ações de combate não é um consenso (LEMOS; OLIVEIRA, 2020; ALKHATERI *et al.*, 2021). Em estudo anterior, Lemos e Oliveira (2020), demonstramos que, embora exista uma compreensão dos prejuízos da desinformação, pouco se faz para corrigir quem divulga conteúdo falso. Por meio de questionário, investigou-se a percepção sobre as *fake news* de um grupo geral e de especialistas em letramento informacional. Os resultados indicam que ambos os grupos acreditam que quem compartilha *fake news* faz isso porque foi enganado – os respondentes não acreditam em compartilhamento proposital de desinformação – e, por isso, não deve ser alvo de sanções.

Por sua vez, Alkhateri e colegas (2021) desenvolvem uma revisão de cinco *surveys* aplicados na África do Sul, Alemanha, Arábia Saudita, Estados Unidos, Índia, Nigéria e Quênia. Em todos os cinco estudos, os participantes consideram as *fake news* como ameaça, com menor ou maior potencial de dano. Todos os participantes indicaram terem sido expostos a conteúdos falsos, mas a maior exposição é encontrada em países como África do Sul, Índia, Nigéria e Quênia. Em relação ao combate a conteúdos falsos, os participantes defendem a autocensura, enquanto a defesa de ações regulatórias do governo foi encontrada apenas na Alemanha e Arábia Saudita (ALKHATERI *et al.*, 2021).

Para explicar a propagação de conteúdos falsos nas redes sociais, Calvo e Aruguete (2020) recorrem aos conceitos de atenção seletiva, ativação em cascata e elementos de enquadramento. A atenção seletiva é um processo pelo qual se prefere acompanhar usuários e conteúdos que concordem com nossa forma de ver o mundo. A ativação em cascata refere-se ao compartilhamento e envio de conteúdos com os quais concordamos para outros usuários. Essa “ativação” modifica a frequência e a velocidade de disseminação destas mensagens. Por fim, os elementos de enquadramento são a combinação dos conteúdos que publicamos e compartilhamos, que destacam aspectos específicos do mundo, uma forma específica de ver o mundo (CALVO; ARUGUETE, 2020).

A partir da análise de rumores que circularam no Twitter entre 2006 e 2017, Vosogui, Roy e Aral (2018) observaram que conteúdos falsos circulam mais amplamente e rapidamente que notícias (verdadeiras) naquela plataforma. Enquanto conteúdos verdadeiros raramente atingem 1.000 usuários, os rumores que foram mais compartilhados (o top 1% das cascatas de rumores mais compartilhadas) atingiram entre 1.000 e 100 mil usuários. Isso se dá porque tais conteúdos se tornam virais, sendo difundidos *peer-to-peer* pelos usuários.

Por sua vez, Lemos, Bitencourt e Santos (2020) demonstraram que a desinformação é melhor distribuída pelo YouTube, sendo que conteúdos verdadeiros têm maior custo energético para serem disseminados na plataforma. Apontam que a informação incorreta (*misinformation*) tem grande impacto na poluição e na pegada de carbono, já que ampliam a resistência do algoritmo a dar visibilidade ao conteúdo jornalístico, envolvem maior custo energético e poluem o debate público na defesa de interesses privados – *fake politics* (LEMOS; BITENCOURT; SANTOS, 2020). Nesse caso, vale lembrar que sistemas algorítmicos dão ou tiram visibilidade, definem o que será ou não reconhecido (BUCHER, 2018, GILLESPIE, 2018, AMOORE, 2020, CRAWFORD, 2021, CESARINO, 2022). Ou seja,

Algoritmos de relevância pública, estão - através dos mesmos procedimentos matemáticos - produzindo e certificando conhecimento. A avaliação algorítmica da informação, assim, representa uma lógica de conhecimento particular baseada em suposições específicas sobre o que é o conhecimento e como alguém deveria identificar seus componentes mais relevantes (GILLESPIE, 2018, p. 97).

Pode parecer ao leitor que a “bala de prata” para a desinformação é a adoção de *feeds* cronológicos e a abolição dos algoritmos de relevância pública. Aspectos curiosos da repercussão do *kit gay* em 2010, no entanto, apontam outras estratégias de disseminação de informações falsas em uma plataforma em que os conteúdos não eram organizados se não pela data e hora de publicação. Indica-se, aqui, especialmente as contas *@cotidianogospel*,

@cristaos_brasil, @crivellaemfoco, @direitacarioca, @enfoquerio, @evangelicos_rj, @foco_cristao, @holofotenet, @irmaosonline, @pauloteixeirarj e @transpar_crista. Destaque ao perfil de Paulo Teixeira Jr., que foi deputado estadual e secretário de Trabalho e Renda do Rio de Janeiro¹⁰². Tais perfis inflaram a conversação sobre o *kit gay* no Twitter, de modo automatizado – à época, quanto maior o volume de tuites sobre determinado assunto, maior sua chance de ser listado nos *trending topics*.

No dia 15 de dezembro de 2010, foram publicados 354 tuites públicos sobre o *kit gay*. Dentre essas postagens, 319 foram publicadas pelas contas acima listadas. Dessas, 66 eram versões do texto “ABSURDO: #Kit #Gay distribuído em 2011 p/ todas crianças de escolas públicas do Brasil. Ajude a DENUNCIAR ! Saiba melhor <http://vai.la/1Dzx>”, sendo que em 33 não consta o adjetivo “absurdo”. Cada conta publicou seis vezes a frase, em um curto período: todas as publicações se deram entre 19h30m31s e 19h31m55s.

Outros 253 tuites foram variações do texto “DENÚNCIA: #KITGAY para as crianças de escolas públicas em 2011. AJUDE A DENUNCIAR ... CLIQUE e leia: <http://vai.la/1Dzx>”, que cada uma das contas supracitadas compartilhou 23 vezes. O tempo entre as postagens nas 11 contas é bem reduzido: entre 19h52m05s e 19h53m32s, foram 88 postagens, sendo 33 tuites entre 20h24m32s e 20h24m50s. Entre 20h25m e 47 e 20h28m46s, foram 66 publicações, enquanto mais 66 *posts* se deram entre 22h37m40s e 22h38m25s¹⁰³.

Mas, por que compartilhar, tantas vezes, a mesma publicação com pequenas alterações se, naquele contexto, o *feed* do Twitter ainda era cronológico? Ao que tudo indica, a intenção era indexar o tuite ao maior número de *hashtags* possíveis e, assim, aumentar suas chances de chegar aos *trending topics*. Dois indícios apontam isso: em uma das variações, grafou-se “#kit#gay”, aparentemente em função de um erro, que impediu que as palavras se tornassem *hashtags* – tal equívoco aparece em todas as contas. Também se observa que, em algumas versões do texto, adiciona-se um ou mais pontos finais após a reticência, de modo que seja uma “nova” postagem.

¹⁰² Breve biografia do político é apresentada no *site* da Assembleia Legislativa do Rio de Janeiro: <http://www.alerj.rj.gov.br/Deputados/PerfilDeputado/459?Legislatura=19&AspxAutoDetectCookieSupport=1>.

¹⁰³ Ao raspar os dados de publicações do Twitter, o Twint não considera o horário de verão brasileiro, mas sim o UTC (tempo universal coordenado). Sendo assim, foi necessário adicionar manualmente uma hora ao horário das postagens feitas durante a vigência do horário de verão.

Imagem 56 - Variações do mesmo tuite buscam ampliar alcance

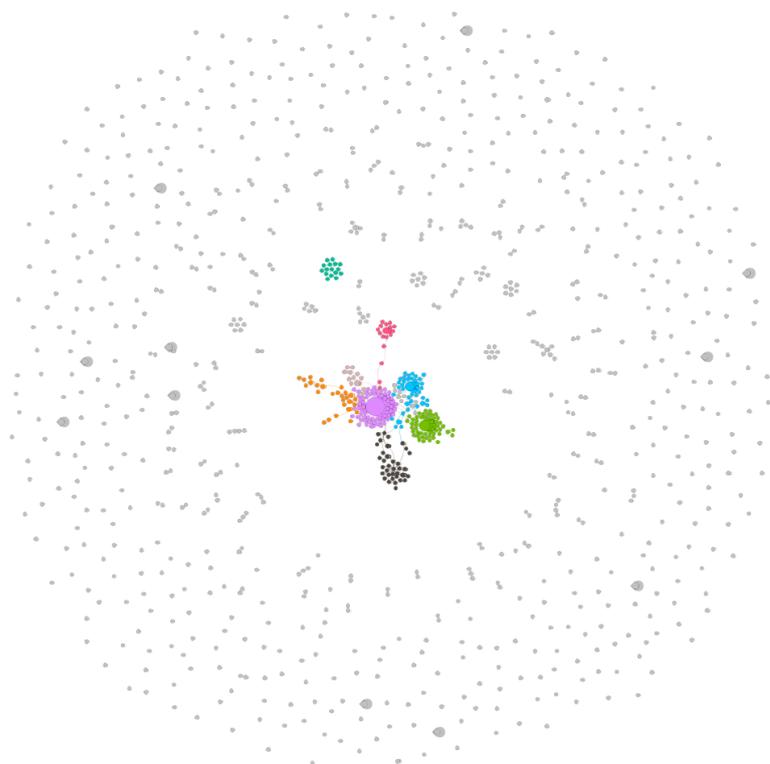


Fonte: elaborado pelo autor, 2020.

Vale ressaltar, ainda, que as referidas contas fizeram uma nova postagem em massa no dia 16 de dezembro. Dessa vez, são 99 tuites com versões do texto “Mais denúncias sobre o KIT #GAY para crianças de escolas públicas, em 2001 ... <http://clic.gs/21Py>”. Foram 77 publicações entre 23h27m24s e 23h28m42s, 11 às 23h30m17s (ao mesmo tempo) e outras 11 às 23h47m42s (também simultaneamente). Naquele dia, 176 *tuites* foram publicados acerca do *kit gay*.

Quando se analisa a rede de postagens sobre o *kit gay* em 2010, observa-se que há poucos *clusters* (grupos), ou seja, relações entre os perfis que falaram sobre o tema. Percebe-se que diversas contas publicaram algo sobre, mas há pouca ou nenhuma conversação entre elas. Destaca-se o elevado grau de saída de alguns perfis – ou seja, o número de mensagens publicadas sobre o *kit gay* –, que contrasta com o reduzido grau de entrada – número de tuites que recebem.

Imagem 57 - Tuites que mencionaram o termo *kit gay* em dezembro de 2010



Fonte: elaborado pelo autor, 2021.

Na Imagem 57, cada círculo representa um nó (uma conta) e, quanto maior seu diâmetro, mais postagens sobre o *kit gay* foram publicadas em tal perfil. Há um grupo central, na cor rosa. No meio do grafo, a conta *@c0nversad0r*, que mencionou diretamente diversas personalidades religiosas, cobrando seu posicionamento sobre o *kit gay*. Importa destacar, ainda, círculos com maior diâmetro na cor cinza, que representam contas com grande número de postagens, mas que não contactavam outros perfis – ou seja, não participam diretamente da rede (quanto menos colorido, menor a participação na rede).

Vale lembrar que Bolsonaro mal começara sua campanha contra o *kit gay* – e ainda não tinha perfil no Twitter. Há um movimento para tentar dar tração ao debate na internet – ação essa semelhante à panfletagem que o então deputado faria em Copacabana. Na plataforma, os perfis buscam alertar personalidades religiosas e garantir sua militância contra a causa. Movimento paralelo ao de Bolsonaro, que se movimentava para buscar a adesão da bancada evangélica em sua luta pessoal contra os moinhos de vento.

A automatização de postagens – grande mal listado no Requerimento nº 11, de 2019 (BRASIL. Congresso Nacional, 2019) que deu origem à CPMI das *Fake News* – já estava presente em uma controvérsia política sobre o *kit gay* no Twitter em 2010 e era possibilitada

pela API da plataforma. Seria amplamente usada nas eleições de 2018 (FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS, 2018). Também foram permissões da API que permitiram à *Cambridge Analytica* traçar um perfil psicossocial da população estadunidense nas eleições de 2016. Três contextos distintos, mas marcados pela materialidade das plataformas digitais, que permitem formas específicas de desinformação.

6.3.1 Telegram e WhatsApp

Como destacam Melo e colegas (2020), no WhatsApp as mensagens falsas viralizam em redes de grupos públicos. Delas, são encaminhadas a grupos privados e *chats* pessoais. Em 2019, percebi tal dinâmica em grupos de política no mensageiro e no Telegram. Na ocasião, buscava entender a circulação de conteúdos falsos sobre o *kit gay* e sua recriação na “mamadeira de piroca”. Afinal, o projeto do MEC havia sido descontinuado há nove anos.

“Bolsonaro já tomou algum mediada contra o kit gay? Temos q preservar nossas famílias. As crianças são o futuro do país”, perguntou um usuário no canal *Exército Bolsonaro* em 21 de maio de 2019. Um administrador do grupo responde com um questionamento “Se [você] é de direita, qual a razão de ter postado fotos do lula aqui no grupo??”. O usuário afirma que é preciso combater “esses velhos sarados” – provavelmente, ele queria utilizar o adjetivo “safados” e foi corrigido pelo celular – e que seria necessária a união de todos contra a “petralhada”. Não se questiona, em nenhum momento, a “realidade” do *kit gay*.

Nos grupos pró-Bolsonaro a existência de um material didático que estimularia e ensinaria a homossexualidade é uma convicção dos usuários, não havendo discussão. O *kit gay* é relacionado à Haddad – que seria seu “pai” -, como material voltado a crianças a partir da pré-escola. Acredita-se que o material foi distribuído nas escolas e que Bolsonaro, assim que assumiu a Presidência da República, suspendeu seu uso. É pelo entrelaçamento entre interface, *bots*, membros e outros atores que o *kit gay* se consolida como uma verdade para o grupo. E são justamente mudanças nessas associações que colocam tal convicção em xeque e levam a seu debate no grupo. Isso acontece, muitas vezes, quando um novo usuário se insere nesses espaços.

É o que aconteceu no grupo “Presidente Bolsonaro” em 17 de outubro de 2018– época da campanha eleitoral. Um usuário encaminhou, às 2h50, notícia do canal “Conexão Política”, que afirmava que a *Folha de S. Paulo* teria apagado matéria em que Haddad defendia o *kit gay* de críticas feitas por José Serra. Algumas horas depois (7h35), outro membro do grupo compartilhou uma matéria do UOL, em que o então deputado Jean Wyllys lamentava a suspensão do “Escola sem homofobia”. No final da mensagem, essa usuária convoca: “No DIA

21 VAMOS PARA AS RUAS EM TODO O BRASIL PORQUE NÓS SABEMOS O QUE ELES FAZEM PARA DESTRUIR NOSSAS FAMÍLIAS!”.

Ainda no mesmo dia, às 13h05, um membro compartilhou um vídeo que denunciava *fake news* sobre o *kit gay* e a decisão do Tribunal Superior Eleitoral (TSE) de tirar do ar vídeos sobre o tema. Outro usuário responde prontamente (13h09): “Esses vídeos são verdades, Haddad que criou o *kit gay*”. Pouco depois (13h53), outra participante do grupo compartilha uma imagem e o texto “Foto de Ro Di Renna. Haddad Pinóquio [emoji]”. Às 17h17, um usuário respondeu à postagem que apontava a decisão do TSE: “Pesquisem notícia por *tcu cobra mec por gastos com kit gay*”. No dia seguinte, outro membro compartilha vídeo de reportagem do *Jornal Nacional* que discutia a produção do “Escola sem homofobia”.

Uma pausa deve ser feita nessa parte do relato. Na cobertura televisiva da eleição presidencial de 2022, Bolsonaro interpelou o público várias vezes com um *call to action*: indicava um termo específico para ser pesquisado no Google. Na sabatina do *Jornal Nacional*, o ex-presidente levantou as mãos de forma que fossem captadas pela câmera palavras nelas anotadas, à caneta: “Nicarágua”, “Argentina”, “Colômbia” e “Dário Messer”. No debate do 2º turno, pediu que o telespectador pesquisasse as taxas de desmatamento da Amazônia nos últimos anos. Técnicas de SEO, SEM (*Search Engine Marketing*, ou *marketing* em ferramentas de busca) e publicações descontextualizadas foram adotadas para que o buscador do Google apontasse informações equivocadas sobre determinado tema.

Na véspera da eleição para a presidência do Senado, realizada em 1º de fevereiro de 2023, o usuário que pesquisasse no Google sobre tal pleito era informado que Rogério Marinho havia sido eleito – na realidade, ele seria derrotado. A plataforma disse que o título da seção “Notícias Principais” no buscador é gerado automaticamente, mas não funcionou corretamente e havia sido corrigido (SCHURIG, 2023). Outro exemplo que pode ser elencado é a estratégia da produtora *Brasil Paralelo*, cuja agenda defende valores da direita e propõe até mesmo um revisionismo histórico, e que é a maior anunciante do Brasil em propagandas na Meta. Utiliza, ainda, técnicas de SEO e SEM – *tráfego pago* -, além de estratégias como o *mailing*. A produtora foi citada no relatório da CPI da Covid-19 como espaço de produção de *fake news* e seus vídeos no YouTube foram desmonetizados por decisão do TSE (GRANJEIA; ALMEIDA, 2023).

Essa breve digressão demonstra que parte da estratégia de desinformação passa pela utilização de anúncios, a aquisição de palavras-chave e compra de *tráfego pago*, assim como ações de SEO. Quando um usuário demanda que outros pesquisem algo no buscador do Google (*call to action*), não está indicando uma curadoria neutra, mas atravessada por anúncios e pelas técnicas de ranqueamento de páginas. Até novembro de 2003, por exemplo, a publicação

excessiva (*spam*) de palavras-chave garantia melhor colocação no buscador, enquanto *sites* muito indicados por *links* em um mesmo *anchor text*¹⁰⁴ de outras páginas foram punidos em 2012 (CLARK, 2022). Uma campanha de desinformação, como o *kit gay* nas eleições de 2018, pode ser amplificada com a adoção dessas ferramentas.

O *kit gay* só pode ser entendido enquanto o entrelaçamento entre objetos técnicos e atores humanos. Sua origem está ligada ao Jornal da Câmara, pelo qual Jair Bolsonaro soube da existência do programa Escola sem homofobia, a programas televisivos como o *Superpop* e o Programa do Ratinho. Ainda pode-se apontar postagens no Facebook, dentre outras redes sociais digitais. Mas, nos grupos e canais analisados, o *kit gay* é produzido ao se compartilhar *links* para reportagens jornalísticas do UOL, matérias do *Jornal Nacional* e do *Jornal da Record*. No canal em que há mais menções ao *kit gay*¹⁰⁵, “Presidente Bolsonaro”, uma reportagem do *Jornal da Record* é compartilhada quatro vezes e apontada como prova irrefutável da existência do material.

No Telegram, a produção do *kit gay* nos grupos conta, ainda, com a participação de um *bot*: um usuário compartilha o vídeo da matéria da Record nos dias 23 e 27 de setembro de 2018. Nas duas ocasiões, utiliza também um *bot* para transcrever o áudio da matéria. Essa, talvez, é uma estratégia para que o referido vídeo fosse mais acessado, já que outros usuários não precisariam baixá-lo para saber seu conteúdo. A matéria da Record também é compartilhada no WhatsApp por usuários pró-Bolsonaro (como fez um membro do grupo “Direita x Esquerda” em 14 de maio de 2019).

O *kit gay* também é produzido pelo compartilhamento de vídeos que não são jornalísticos, mas apresentam-se como relatos testemunhais. No dia 26 de outubro de 2018, às 7h54 – dois dias antes do segundo turno das eleições presidenciais – um membro do canal “Presidente Bolsonaro” compartilhou um vídeo narrado por uma mulher que disse ter encontrado um senhor cujo filho recebera o material na escola. O vídeo é gravado na vertical e tem 1’53”. Inicia enfocando a criança, vestida num uniforme escolar da Escola Jesus de Nazaré, e segurando o livro *Aparelho Sexual e cia*.

¹⁰⁴ No HTML, é o texto de um *hiperlink* que pode ser clicado. Na programação de páginas, *links* são indicados pela seguinte estrutura: Universidade Federal da Bahia. Nesse caso, “Universidade Federal da Bahia” é o *anchor text*, enquanto ufba.br é o *target link*. Até 2012, o Google considerava que páginas muito indicadas por outros *sites* eram mais relevantes, o que levou a um *spam* de textos âncoras.

¹⁰⁵ Cabe lembrar que apenas os canais do Telegram permitem que se acesse conteúdos disponibilizados antes da inserção do pesquisador nesses espaços. Sendo assim, é possível que nos grupos de WhatsApp muito mais conteúdo sobre o *kit gay* tenha circulado, sem que seja possível identificar tais conteúdos agora.

O suposto pai da criança começa a mostrar o livro e demonstrar como seu conteúdo seria pernicioso e inadequado. Por fim, diz que: “Se a pessoa tem criança e gosta de criança eu acho que abre mão de qualquer tipo, o que é que seja pra votar em prol disso aqui, vai votar em prol disso aqui então faz parte, é conivente com isso aqui”. A mulher volta a narrar o vídeo, e diz que é testemunha ocular, assim como sua filha, que também está em uniforme escolar – ela enfatiza que sua filha está vendo o material, mas ainda não sabe ler. Por fim, o homem diz “não é legal?” e ela afirma que enviará o vídeo a seu esposo. Quem compartilhou o vídeo no canal “Presidente Bolsonaro” foi um usuário que convoca: “Taí o Kitgay que o PT e a imprensa disseram que era fakenews do Bolsonaro :rage: TEMOS POUCO TEMPO! COMPARTILHE FAÇA SINAL DE FUMAÇA FAÇA TODOS VEREM. DEFENDA NOSSAS CRIANÇAS. BOLSONARO PRESIDENTE E PRONTO.”

No WhatsApp circulou também outro vídeo em que dois homens apresentam o livro *Aparelho Sexual e cia.* como o *kit gay*. Também gravado na vertical, exhibe a capa da publicação e diz que o material foi distribuído nas escolas e, posteriormente, foi retirado. Diz que a obra era voltada a crianças de 5 a 7 anos e que estimularia a homossexualidade, a zoofilia e a sexualização precoce. “Vocês que pensam na família cuidado com esse tal de Haddad ai que quer ser presidente”, diz um dos homens. Esses materiais são apresentados por membros como provas irrefutáveis da existência do material e sua distribuição nas escolas brasileiras.

Esse é o mesmo livro que Bolsonaro apresentou na Câmara dos Deputados e, também, no *Jornal Nacional* – em 2018 –, como o *kit gay*. Damares Alves também denunciara tal publicação em palestra proferida em uma igreja evangélica¹⁰⁶ em 2013, dizendo que tal obra é para crianças de 2 a 3 anos, e que isso é matéria escolar. Ainda critica um trecho do livro que orienta o leitor a buscar, caso tiver alguma dúvida, a então Secretaria Nacional de Direitos Humanos. A palestra de Damares foi questionada por Magali Cunha, professora da Universidade Metodista de São Paulo¹⁰⁷, que apontou inconsistências na apresentação da então assessora parlamentar e hoje ministra do governo Bolsonaro.

O livro ressurgue como o *kit gay*, agora em vídeos compartilhados por Telegram e WhatsApp. Tais postagens conclamam pela união da família e das pessoas de bem contra

¹⁰⁶ <https://www.youtube.com/watch?v=Kik2aR3YT4A#t=30m12s>

¹⁰⁷ As críticas estão disponíveis em <http://blogdodanieldantas.blogspot.com/2013/05/jogo-sujo-na-politica-evangelica-as.html> e <http://portal.metodista.br/fateo/noticias/midia-religiao-e-politica-professora-da-fateo-analisa-palestra-de-assessora-parlamentar>

aqueles que querem erotizar crianças e adolescentes na escola. Junto aos conteúdos falsos sobre o *kit gay*, en-

edam-se muitos outros objetos e atores. O movimento *Escola sem partido*, que também denunciava a “ideologia de gênero” e sua aplicação nas instituições de ensino brasileiras, origina-se dos debates sobre o projeto *Escola sem homofobia* e, também, da atuação da bancada evangélica – tendo Damares Alves como importante personagem na circulação de relatos sobre a ideologia de gênero nas escolas brasileiras.

Essa breve digressão pelo Telegram e WhatsApp buscou demonstrar o uso dos recursos oferecidos pelos aplicativos possibilitam e potencializam a desinformação. Em minha imersão para analisar os conteúdos falsos sobre a Vaza Jato que circularam nos mensageiros, tive outro objetivo¹⁰⁸: identificar como a interface desses aplicativos define formatos específicos de desinformação. Percebi que o conteúdo político circula na forma de correntes – uma *cascata* da cascata de informação – de diversos tipos. Na ocasião, apontei seis tipos distintos: indicação de conteúdo externo, comentário, transposição de textos, fio narrativo (*thread*), conteúdos fora de contexto e simulacro de jornalismo (OLIVEIRA, 2020, p. 8).

1) *Indicação de conteúdo externo*: são postagens que apenas indicam URLs para conteúdos que não estão hospedados no WhatsApp. Geralmente não acompanham nenhum texto, mas podem reproduzir o primeiro parágrafo de uma matéria ou apontar pequenos comentários sobre a temática. Caracteriza esse tipo de conteúdo seu caráter sumário: busca-se apenas indicar uma fonte externa, sem que se faça análises a seu respeito.

2) *Comentários*: análises ou denúncias acerca de um tema específico, que podem ou não ser acompanhados de conteúdos que os fundamenta. Quando se utiliza imagens, vídeos ou *links* para conteúdo externo, tais mensagens são mais perigosas, já que parecem estar fundamentadas em fatos.

3) *Transposição de textos*: textos escritos em uma ordem inspirada na técnica de redação jornalística (pirâmide invertida, com uso de *lead*) ou análises postadas em *sites* supostamente noticiosos são transpostos para o WhatsApp. Importa destacar que algumas marcas nas postagens identificam a fonte original da informação.

4) *Fio narrativo (thread)*: caracterizam as *threads* o uso de conteúdos de diversas fontes, em sequência, com o objetivo de contextualizar o fato e, nos casos analisados, caluniar alguém. Muito comum no Twitter, tal formato apresenta uma sequência de mensagens sobre uma mesma temática.

5) *Conteúdo fora do contexto*: imagens, vídeos, textos e *links* também foram retirados de seu contexto original para fortalecer uma narrativa específica. Em si, necessariamente, não trazem mensagens falsas, mas, ao circularem juntamente com outros conteúdos falsos, acabam fortalecendo uma narrativa.

6) *Simulacro de jornalismo*: conteúdos que a literatura internacional taxa como *fake news*. Produzidos na estrutura do texto jornalístico e simulando o método de apuração do jornalismo, tais postagens podem simular a diagramação de portais de imprensa tradicionais, ou serem produzidas por *blogs* específicos. No caso dos grupos, em que há uma grande desconfiança com a imprensa, chamada de extrema imprensa, circulam

¹⁰⁸ Um relato dos conteúdos falsos que circularam sobre a Vaza Jato nos mensageiros, enfocando especificamente o Pavão Misterioso e suas denúncias, é apresentado em um trabalho anterior (OLIVEIRA, 2019).

diversos conteúdos de páginas como Jornal da Cidade Online, Terça Livre, entre outros.

Essa tipologia não é definitiva, considerando que atualizações da interface e novos usos poderiam formatar outros tipos de desinformação. Além disso, tal tipologia não considerou os *stickers*, que são usados amplamente em grupos de política. No entanto, tal olhar permite classificar os conteúdos falsos que circulam em mensageiros a partir dos recursos que utilizam, sua apresentação, formas de disseminação, origem, fonte e as referências em que se fundamentam:

Quadro 10 - Tipos de desinformação no WhatsApp e suas referências

	Disseminação	Origem	Fonte	Referências
Indicação de conteúdo externo (URL)	Orgânica <i>Bots</i>	Conteúdo externo.	Autoria do conteúdo é identificada.	Credibilidade assenta-se somente em quem compartilhou o conteúdo no grupo
Indicação de conteúdo externo (redes sociais)	Orgânica <i>Bots</i>	Facebook e Twitter.	A autoria é atribuída ao último que compartilhou	Quem compartilhou o conteúdo e na visibilidade do <i>post</i> original nas redes sociais
Comentário	Orgânica. <i>Bots</i> . Busca-se apagar registros que apontem que o conteúdo é compartilhado, para que pareça que quem compartilhou o escreveu	Comentário de usuário a uma fonte externa como o Jornal da Cidade Online	Autoria não é identificada.	Quem compartilhou, sua fonte e o uso de materiais para fundamentar a análise ou denúncia feita. Quanto mais “provas” apresentadas junto ao comentário, maior sua aparência de veracidade
Comentário com leitura de notícias	Orgânica, preferencialmente.	Facebook, Periscope ou YouTube	Autoria identificada, tanto da notícia como do comentarista	Formato “jornalístico” da fonte, na pessoa que compartilha o conteúdo e na confiança com relação a quem gravou o vídeo
Transposição de texto	Orgânica <i>Bots</i> No Telegram, <i>bots</i> transcrevem conteúdos audiovisuais em texto	Conteúdo externo é copiado <i>ipsis liteiris</i> para o WhatsApp	Autoria identificada	Formato “jornalístico”, na pessoa que compartilha o conteúdo e, ainda, na autoria indicada.
Thread	Orgânica <i>Bots</i>	Múltiplos conteúdos externos: Jornal da Cidade Online, Wikipedia	Autoria não é identificada. Não se apresenta quem compilou “informação” das diversas fontes	Narrativa fundamentada, inserção de “provas” que garantem a autenticidade de um relato ficcional. Quanto mais provas, mais factível.

	Disseminação	Origem	Fonte	Referências
Conteúdo fora de contexto	Orgânica <i>Bots</i> Busca-se apagar os rastros que apontam que se trata de conteúdo compartilhado.	Conteúdo externo como gravações de sessões no Congresso, matérias jornalísticas, vídeos	Autoria é indicada, geralmente, mas não se aponta quem tirou a informação do contexto original	Conteúdos que parecem “prova” (fotos, vídeos etc) e conteúdos verdadeiros fora do contexto, aliados a autoria indicada e a credibilidade de quem compartilha no grupo
Simulacro de jornalismo	Orgânica <i>Bots</i>	Jornal da Cidade Online, Terça Livre, Agora Paraná	Autoria indicada	Formato “jornalístico”, pessoa que compartilha o conteúdo e a autoria indicada

Fonte: elaborado pelo autor, 2023.

Na Imagem 58, tal tipologia é apresentada graficamente. Observe-se que a interface do aplicativo é diretamente responsável pelo modo como esses conteúdos são formatados.

Imagem 58 - Tipologia de conteúdos falsos sobre o Pavão Misterioso que circularam em grupos de WhatsApp

1) indicação de conteúdo externo



2) comentário



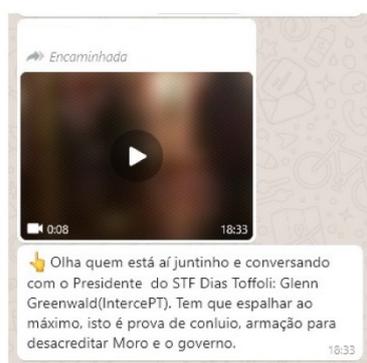
3) transposição de textos



4) thread (fio narrativo)



5) conteúdo fora de contexto



6) simulacro de jornalismo

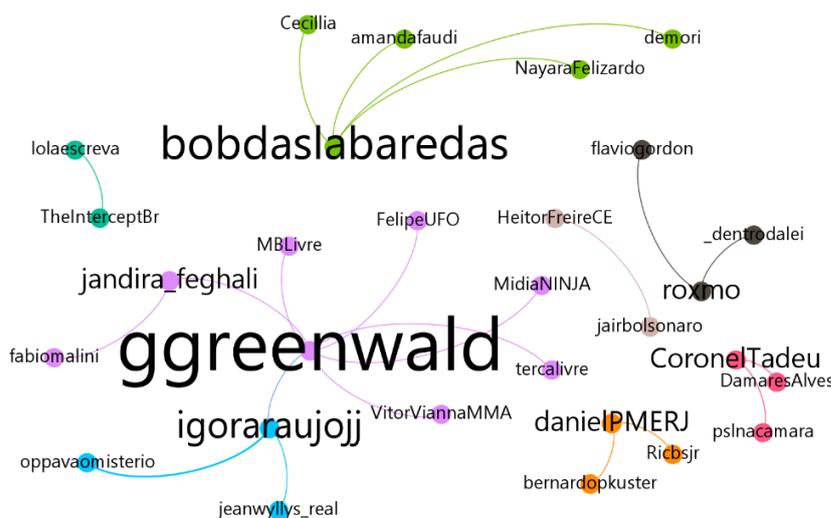


Fonte: Oliveira (2020).

Outro aspecto relevante sobre a circulação de conteúdos falsos da Vaza Jato foi apresentado no início do capítulo 3: as denúncias do Pavão Misterioso foram acompanhadas pela ascensão de uma *hashtag* específica aos *trending topics* – o que representa elevado número

de mensagens. Há, provavelmente, contas automatizadas que foram usadas para amplificar a distribuição desses tuitos, seja compartilhando-os ou ampliando o uso da *hashtag*. Cabe, agora, modificar nosso olhar: compreender como contas com maior influência, como as verificadas, se comportam e se comunicam diante dessas campanhas de desinformação.

Imagem 59 - Interações de contas verificadas a partir do uso da #showdopavao



Fonte: elaborado pelo autor, 2022.

A Imagem 59 destaca a interação – ou seja, perfis que mencionaram outras contas – entre perfis verificados no Twitter por meio de postagens que usam a #ShowDoPavão. As cores apontam maior ou menor modularidade: em rosa, aquelas com maior modularidade (6), enquanto em verde limão, aquelas com menor (1). Quanto maior o nome da conta, maior o grau de interações. Observe-se *clusters* bolsonaristas à direita do grafo, com personalidades importantes desse movimento político (@bernardopkuster; @DamaresAlves). Há, ainda, um *cluster* da “imprensa”, composto especialmente por repórteres do *The Intercept Brasil*, como Amanda Audi (ex-repórter do jornalístico), Cecília Oliveira, Leandro Demori (ex-editor) e Nayara Felizardo. Há, ainda, menções do *Terça Livre*, site conspiratório bolsonarista; da Mídia Ninja e do MBL.

O que se observa é que os *clusters* são definidos, nesse caso, pela proximidade política dos usuários. Chama a atenção o número reduzido de interações de contas como @jairbolsonaro, @tercalivre e @bernardopkuster, especialmente esse último. Afinal, o *print* de um tuite de Bernardo Küster – influenciador bolsonarista que teve redes restringidas por decisão judicial - foi compartilhado no *Exército Bolsonaro* em 9 de junho de 2019 – data da

publicação das primeiras quatro reportagens da Vaza Jato – para demonstrar que Gleen Greenwald havia premeditado a série como ataque a Bolsonaro. Küster também compartilhou a matéria da *Estudos Nacionais* que denunciava que o gabinete de David Miranda na Câmara era um escritório da inteligência russa: seu tuite teve 973 *retweets*, 100 *replies* e 2.987 curtidas. Em 16 de junho, quando surge o segundo Pavão, seus tuites também são compartilhados no grupo do Telegram. Tem-se, aqui, uma hipótese: a relevância desses atores políticos e sua capacidade para criar debates públicos é maior nos grupos de Telegram e de WhatsApp.

6.3.2 Verdade: do *duplo clique* às pilhas de “evidências”

Há, na conclusão do capítulo 2, uma proposição que não foi devidamente fundamentada e, aqui, será retomada. Trata-se da relação entre o *duplo clique* [DC] – a “ausência” de mediação – e a aparência de verdade. “Se um evento parece ter mediações demais (demora a chegar, passa por diferentes etapas e procedimentos), seu valor epistêmico é percebido pelo público leigo como menor”, comenta Cesarino (2022, p. 232). As plataformas de redes sociais de internet seriam desenhadas para ocultar as mediações e, principalmente, fazer parecer que o usuário tem acesso direto à informação. Sua interface busca saltar as mediações – algo já aventado na imediação de Bolter e Grusin (2000).

Esse aparente acesso direto à informação deve ser analisado, já que ajuda a explicar a desinformação em aplicativos de mensagens instantâneas. “Os conteúdos não perfazem apenas o movimento revelatório de trazer os fatos em tempo real, mas vêm acompanhados do movimento denunciatório de trazer uma verdade que as “elites” não querem que o usuário conheça”, comenta Cesarino (2022, p. 232). Não é um movimento novo: os *muckrakers* e o jornalismo de ação se pautaram na denúncia dos desmandos da elite, propondo o contato direto da população com a realidade dos fatos. Nas plataformas, a chamada de vídeo, o *ao vivo*, os áudios, todos parecem garantir acesso imediato e não mediado à realidade (CESARINO, 2022).

Neste movimento, oculta-se a intervenção dos algoritmos – cuja curadoria se manifesta até mesmo em aplicativos de mensagens instantâneas que não possuem curadoria algorítmica, como o WhatsApp, já que ali circulam conteúdos virais no YouTube, no Twitter e no Instagram – e das interfaces. Outro aspecto da circulação dos conteúdos falsos precisa ser discutido: quem administra um silo de *fake news* procura a aparência de credibilidade: cria páginas no Wikipédia, utiliza nomes que remetem a instituições que gozam de respeito público ou adota a identidade de um veículo que não existe mais (CALVO; ARUGUETE, 2020). A campanha de desinformação sobre a pandemia, como relatou a CPI da Covid-19 (BRASIL. Senado Federal,

2021a), envolveu diversas estratégias de financiamento, *firehosing* (CESARINO, 2022) e *astroturfing*.

Diante da ausência de informações científicas consolidadas sobre a COVID-19, uma série de conteúdos sem fundamentação circulou em todo o mundo, discutindo a extensão da pandemia, formas de prevenção e combate. Mensagens falsas compartilhadas nas redes sociais indicavam o consumo de estrume ou uso de bebidas alcóolicas e drogas, a exemplo da cocaína e lança-perfume, como forma de prevenir-se da doença; anunciavam ainda a venda de uma vacina que teria sido desenvolvida, cujo acesso era possível após um depósito no valor de €50. Em comum, tais conteúdos esvaziavam o vírus de sua letalidade, apresentam-no como arma biológica chinesa e oferecem, para sua cura, estratégias que passam da abertura de igrejas ao consumo de remédios milagrosos, como apontei em trabalho anterior (OLIVEIRA, 2020).

Isso se dá de modo significativo em um contexto em que a verdade científica, a religiosa e a política colidem. Cesarino (2022) ressalta a relevância de médicos-gurus, que prometiam que o *kit* covid eram a panaceia, enquanto convocavam Deus e o Espírito Santo a curar o mundo. Nesse caos epistemológico, em que a comprovação dos fatos pela ciência não é mais suficiente, figuras políticas e clericais contribuíram para a redução do isolamento social, bem como para o espalhamento da Covid-19. É o caso de Carla Zambelli, então deputada federal pelo PSL-SP – hoje, no Partido Liberal (PL) –, que em entrevista para a Rádio Bandeirantes denunciou o suposto enterro de caixões vazios no Ceará porque teria visto, em uma rede social, um cortejo em que o ataúde era carregado por uma mulher só com os dedos. Tal imagem esteve entre os conteúdos mais compartilhados no WhatsApp em 27 e 28 de abril – 3º e 15º lugares, respectivamente – e resultou em uma violência: famílias de todo Brasil solicitaram que os caixões fossem violados para que se confirmasse a partida de seus entes queridos.

Dentre os vinte domínios mais compartilhados entre 1º de março de 2020 e 15 de junho de 2021 em mensagens de WhatsApp sobre o tratamento precoce está o *pleno.news* (Imagem 60). A página é de propriedade do Grupo MK Comunicação, que administra o mais tradicional selo musical do *gospel* brasileiro. O grupo já foi responsável pela administração do canal de Flávio Bolsonaro no YouTube¹⁰⁹.

¹⁰⁹ O grupo MK publicou, em seu canal no YouTube, a assinatura do contrato de gestão do canal de Flávio Bolsonaro: <https://www.youtube.com/watch?v=zGHuBJXSoIo>

Imagem 60 - Links mais compartilhados no WhatsApp em mensagens sobre o tratamento precoce

Domínio	# Total	# Distintas	# Usuários
whatsapp.com	9176	115	318
gazetabrasil.com.br	7999	2053	365
boatos.org	5661	686	91
youtube.com	4531	1277	1132
terrabrasilnoticias.com	3390	503	745
t.me	3327	115	521
uol.com.br	2081	918	753
facebook.com	2041	761	671
twitter.com	1851	718	453
jornaldacidadeonline.com.br	1639	206	698
conexaopolitica.com.br	1530	365	607
novartis.com	1309	4	914
sahelstandard.com	1278	6	900
instagram.com	1268	355	369
globo.com	1205	644	507
portalnovonorte.com.br	874	58	350
bit.ly	646	112	54
ivmmeta.com	635	7	453
criticanacional.com.br	628	109	266
pleno.news	499	171	211

Fonte: Melo e colegas (2021).

Na página se destaca o tratamento apresentado à hidroxicloroquina, medicação defendida pelo presidente Jair Bolsonaro como tratamento para a COVID-19. Entre 20 de março e 12 de julho de 2020, foram 127 postagens sobre o tema. Embora se indique em algumas matérias que tal medida não tem eficácia comprovada pela ciência, o Pleno.News apresenta a droga como solução imediata para a doença, indicando que quem a consome já está melhor em menos de 24 horas. Para tanto, vale-se de fontes testemunhais, que informam que melhoraram tão logo ingeriram a medicação, destacando-se Roberto Kalil, médico do Hospital Sírio-Libanês, Soraya Moraes, cantora *gospel*, e outras personalidades.

O *site* ainda reproduz matérias da *Agência Folha*, que tendem a adotar uma visão mais equilibrada da cloroquina. No entanto, a seleção desses conteúdos prioriza matérias que celebram a suposta eficiência do remédio, indicam casos de sucesso e apontam protocolos a serem adotados no país. Em textos produzidos pela própria redação, o *pleno.news* aponta a cloroquina como medicamento sugerido por Bolsonaro, destaca as qualidades do remédio - preço, presença nas drogarias em todo país e tempo de uso - e oculta eventuais contraindicações. Até mesmo os efeitos adversos da droga são apresentados como resultado de erro de dosagem.

É o que acontece quando o *site* vai discutir pesquisa realizada em Manaus que avaliava a eficiência do medicamento. O estudo, que passou pela avaliação de Comitê de Ética em Pesquisa, foi encerrado em função da elevada mortalidade dos participantes. A cobertura realizada pelo *pleno.news* dizia que a pesquisa foi promovida por esquerdistas e que a dosagem de cloroquina administrada aos pacientes foi muito elevada, insinuando dolo dos pesquisadores.

Raramente são convocadas fontes especialistas, sendo que quando o são, entrevista-se médicos favoráveis à adoção do medicamento. Convoca-se principalmente fontes testemunhais,

que relatam sua cura. Vale lembrar que o *pleno.news* indica que sua linha editorial preza pelas boas notícias, por uma editoria familiar. Nesse sentido, a cloroquina é apresentada como a solução mais eficiente e inteligente, que estaria operando milagres. Eventos miraculosos esses contados pelas fontes testemunhais, que informam sua salvação em curto prazo por meio do medicamento. Os textos sobre a cloroquina, no geral, reproduzem o momento litúrgico dos testemunhos, presente em cultos evangélicos: é hora de agradecer a Deus por Bolsonaro e pela cloroquina, remédio do Messias que tira a Covid-19 do mundo.

Como destacou a seção 2.5.1, ferramentas de *crowdfunding* e de monetização potencializam a desinformação. No Inquérito 4828/DF, há diversas indicações das estratégias de financiamento de páginas que compartilham conteúdo enganoso. Grupos bolsonaristas no WhatsApp como *Milícia Jacobina*, o *Portal de Direita* e *MKT Bolsonaro* eram de propriedade do empresário Otávio Oscar Fakhoury, que também era o dono do canal *Crítica Nacional* no YouTube. Manter uma rede de grupos bolsonaristas garante a audiência de seu canal – afinal, há uma *pipeline* entre conteúdos dessas plataformas (MACHADO *et al.*, 2020). O *Exército Bolsonaro* – hoje, *Deus tem propósitos* –, por sua vez, era um grupo ligado à página *News Atual*.

Como apontei anteriormente, o dinheiro oriundo da monetização dos vídeos também tem outro custo: o elevado consumo de energia para sua produção e distribuição (LEMOS; BITENCOURT; SANTOS, 2020) de conteúdos falsos para que viralizem mais facilmente em plataformas de redes sociais (VOSOGUI; ROY; ARAL, 2018, LEMOS; BITENCOURT; SANTOS, 2020). Sua distribuição ampla torna mais difícil o compartilhamento de notícias e textos informativos. A pós-verdade como política, para Latour (2020), reflete um negacionismo climático, uma “desmaterialização” da política, uma era da pós-política. “Não se trata de uma política da “pós-verdade”, mas sim de uma política da pós-política, ou seja, literalmente sem objeto, na medida em que ela rejeita o mundo que reivindica habitar” (LATOUR, 2020, p. 49-50).

6.3.3 Distribuição “permanente”

O WhatsApp atualiza conteúdos que são repostados. Como aponta a seção 6.2.1, a ausência de metadados não permite que se identifique a data de criação de uma imagem ou áudio ali postado, que é entendido como recente e, então, há uma disputa e rediscussão do tema (MUKHERJEE, 2020). Mas essa não é uma característica exclusiva do mensageiro, mas sim da desinformação. A constante atualização de conteúdos – do compartilhamento de notícias antigas como se fossem recentes à ressurreição do *kit gay* em cada pleito eleitoral – parece

caracterizar os conteúdos falsos e resultar, justamente, da pequena extensão das cadeias de referências por eles convocados.

Há, ainda, a intervenção das plataformas, que garante credibilidade e a circulação de conteúdos já refutados. Considere-se, por exemplo, os critérios adotados pelo Google (2022) para definir o ranqueamento de uma página nos resultados de busca. Dentre eles, está sua autoridade, relevância, confiança e a experiência do usuário naquele *site* (CLARK, 2022, GOOGLE, 2022). A partir desses critérios, é possível imaginar que o Repositório Institucional da Universidade Federal da Bahia seja bem ranqueado no buscador, especialmente por sua confiabilidade. Só que, como mostra o *Google Vision*, tal biblioteca digital hospeda um conteúdo falso sobre o *kit gay*.

Imagem 61 - Páginas que hospedam conteúdos falsos sobre o *kit gay* aqui analisados



Fonte: elaborado pelo autor, 2023.

Esse conteúdo é reproduzido na tese de Dourado (2020), uma pesquisa relevante sobre *fake news* em contextos eleitorais – e, ali, a imagem é apresentada como falsa. No entanto, o conteúdo falso está ali disponível – assim como diversas imagens falsas serão disponibilizadas no Repositório Institucional da UFBA com a publicação de minha tese. Duas questões podem ser apontadas, neste contexto: *a)* se o algoritmo do buscador resolve dar credibilidade ao conteúdo considerando apenas o *site* em que está hospedado, validaria tal desinformação; e *b)*

a academia precisa investigar estratégias para permitir que a refutação de conteúdos falsos não implique em sua redistribuição.

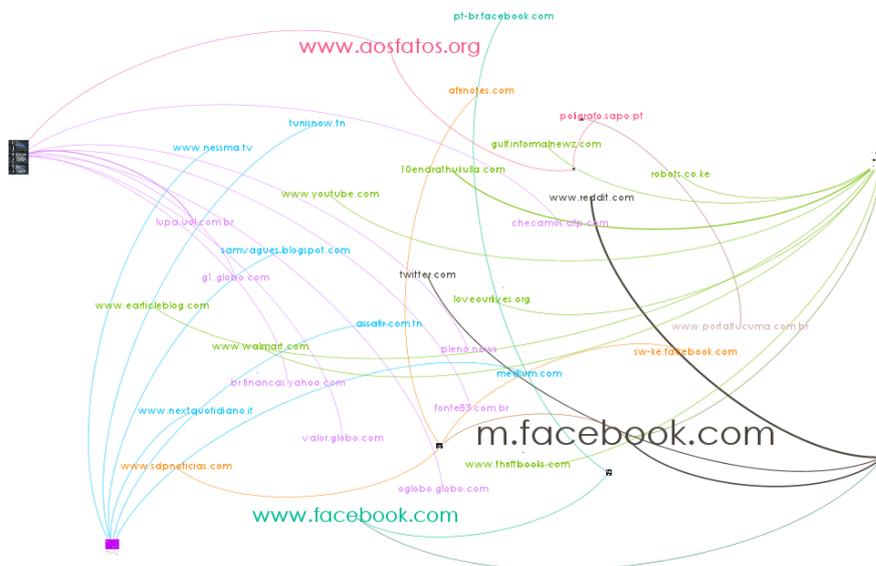
Como demonstrou a seção 3.2.1 e, especialmente, a rede de entidades de conteúdos falsos sobre o *kit gay* (Imagem 17 do capítulo 3), o *Google Vision* foi capaz de distinguir que se trata de desinformação. A partir do contexto de publicação das imagens, ele é capaz de apontar que há grande probabilidade de ser um conteúdo enganoso – afinal, como aponta Amoores (2020), sistemas algorítmicos atuam pela redução de diversos *inputs* a um único *output* com maior probabilidade, o que, por si só, também aponta perspectivas eticopolíticas. Ainda que o algoritmo consiga entender que se trata de um conteúdo falso, isso não parece implicar no ranqueamento dos resultados de busca – uma limitação da própria lógica do algoritmo, capaz apenas de operar na redução dos *inputs*.

O segundo ponto a ser discutido é como se deve refutar conteúdos falsos. Não é objetivo da presente tese se alongar nesse debate. No entanto, destaca-se na Imagem 61 as agências Aos Fatos e Lupa, que refutaram as postagens inverídicas – e, por isso mesmo, elas estão ali hospedadas. Ao mesmo tempo em que checam um conteúdo, tais veículos também o tornam permanente. Por outro lado, como discuto na seção 6.4, apagar postagens falsas também não parece um caminho adequado.

Ainda chama atenção, na rede de páginas que hospeda conteúdos falsos, a presença de *links* para o Facebook. Todas essas imagens foram verificadas pelas agências, consideradas falsas e, de acordo com o 3PFC, teriam sua distribuição reduzida. No entanto, ainda permanecem na plataforma – algumas versões são acompanhadas de etiquetas indicando tratar-se de conteúdo falso, outras foram novamente postadas e ainda não identificadas pela Meta. A possibilidade de fazer nova postagem – que deve ser submetida novamente aos verificadores e passar por avaliação antes de ser punida – permite que conteúdos falsos permaneçam circulando.

A Imagem 62 aponta a rede de páginas que ainda hospeda imagens falsas sobre a Vaza Jato analisadas nesta tese. Poucos *links* ainda estão disponíveis, destacando-se enlaces para o Facebook, o YouTube, páginas de desinformação (*pleno.news*) para *blogs* (hospedados no Blogspot e no Medium), agências de checagem (Aos Fatos, Lupa e Polígrafo) e veículos jornalísticos (g1, Valor e O Globo).

Imagem 62 - Páginas que hospedam conteúdos falsos sobre a Vaza Jato aqui analisados



Fonte: elaborado pelo autor, 2023.

Por sua vez, as imagens 62 (amostra A1) e 63 (amostra W2) apresentam a rede de páginas que hospeda conteúdos falsos sobre a Covid-19. No caso da amostra W2, que considera todas as postagens inverídicas sobre a pandemia que circularam no WhatsApp coletadas (770), considerou-se apenas páginas que hospedam mais de cinco conteúdos. Isso busca evitar que nos percamos na imensidão dos dados do GPS.

Imagem 63 – Páginas que hospedam conteúdos falsos sobre a Covid-19 (A1) aqui analisados



Fonte: elaborado pelo autor, 2023.

Eleitoral conseguiram conter o *kit gay*. Falsidade que, como vimos na seção 6.3, circula nas plataformas desde 2010.

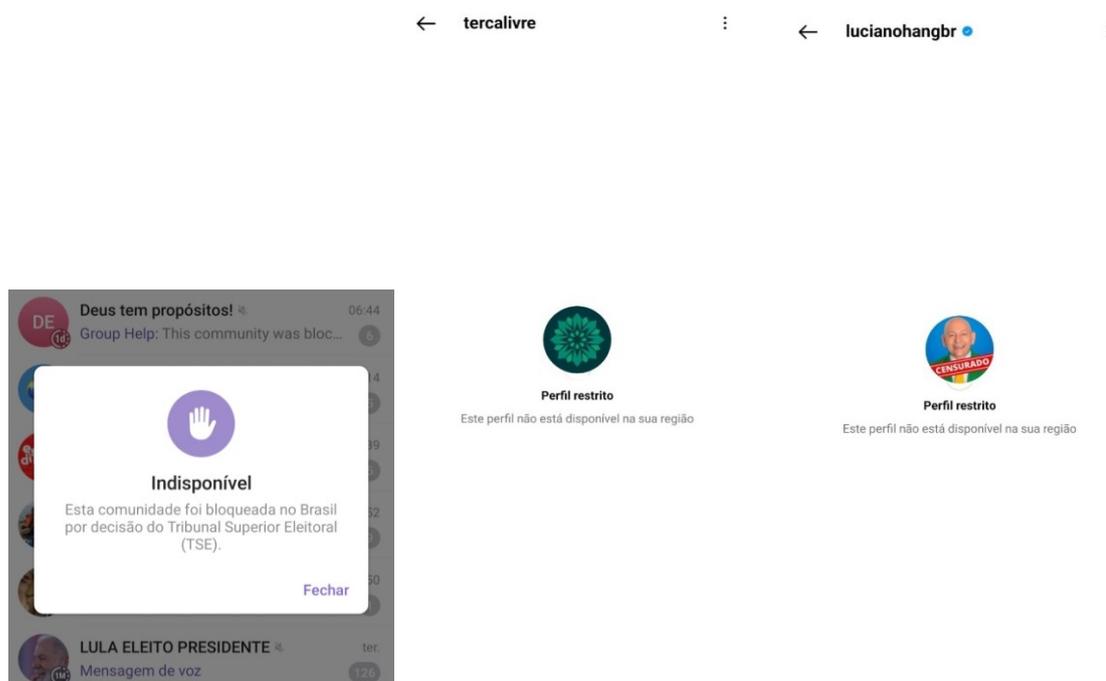
A campanha presidencial de 2018 destacou-se pelo uso de *apps* de mensageria e o disparo em massa de conteúdos conspiratórios, denunciastas e difamatórios (FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS, 2018, DOURADO, 2020). Por sua vez, a eleição estadunidense de 2016, evento que cunhou o termo *fake news*, também foi espaço de distribuição de mensagens falsas por meio de plataformas digitais (ALCOOT; GENTZKOW, 2017, TANDOC, LIM, LING, 2017, TANDOC, 2019, O'CONNOR; WEATHERALL, 2019, SANTAELLA, 2018, 2021b). São eventos que catalisaram algumas ações das plataformas, que passaram a participar da produção, da circulação e da refutação de conteúdos falsos (LE MOS; OLIVEIRA, 2021). O ecossistema da refutação e da moderação de conteúdo, no entanto, ficou mais complexo na última eleição.

Em 18 de julho de 2022, Jair Bolsonaro convocou embaixadores de diversos países para atacar o sistema eleitoral e, especialmente, o Tribunal Superior Eleitoral (TSE). Não era a primeira agressão do ex-presidente à lisura do processo, tampouco seria sua última. Na ocasião, Bolsonaro disse ter provas de fraude nas urnas eletrônicas e convocou a comunidade internacional a defendê-lo. A reunião, cujo registro foi retirado do YouTube a partir de decisão da Corte, rendeu multa de 20 mil reais ao ex-presidente.

Quem escolhe as pessoas para dizer o que esse ou aquele candidato bota em sua página, se é *fake news* ou não, é o próprio TSE, que desmonetiza a página, que derruba outras, que sugere prisões, que cassa parlamentar por coisas que não tem tipificação na lei – como cassaram um deputado por *fake news* [BRASIL. Presidente (2019-2022: Jair Messias Bolsonaro), 2022].

Grande controvérsia acompanhou a moderação de conteúdo enganoso sobre as eleições nas plataformas digitais – tão ampla que, certamente, seu relato daria outra tese. Vale apontar, contudo, que o STF – a partir dos inquéritos apresentados na seção 2.51 – e o TSE não apenas desenvolveram acordos com as plataformas, mas decidiram pela restrição de acesso a determinados conteúdos no país. Tal decisão é menos agressiva, já que não implica na remoção de contas, que agrediria a lei estadunidense e o MLAT, mas impede a visualização de conteúdos específicos por IPs registrados no Brasil.

Imagem 65 – Perfis e grupos têm acesso restrito em função de decisão do TSE



Fonte: captura de tela, 2022.

Por sua vez, desde a pandemia de Covid-19 as plataformas têm optado por apagar conteúdos inverídicos em vez de apenas reduzir sua circulação. Tal ação, contudo, gera um mundo alternativo em que se sabe que o ex-presidente Bolsonaro convocou embaixadores para implorar para ser mantido no poder, mas não há como encontrar tal vídeo on-line. A mera redução do acesso, por sua vez, também permite a disponibilidade e distribuição permanente da falsidade, como argumentei na seção anterior.

Há um outro movimento que é preciso considerar. Em função do controle mais restrito do conteúdo – especialmente mensagens *antivax* – das grandes plataformas, “esses influenciadores passaram a hospedar seus vídeos mais explícitos no Telegram e em sites alternativos como o Rumble e a Covidflix, cuja estética “estranho-familiar” mimetizava plataformas como YouTube e Netflix” (CESARINO, 2022, p. 264). A deplataformização, como pontuam Van Djick, de Winkel e Schäfer (2021), é a iniciativa de grandes plataformas de expulsar plataformas setoriais, especialmente de extrema-direita, para fora de seus servidores – o que aconteceu com o *Gettr* e o *Parler*. Nessa perspectiva, *sites* com o Rumble e Covidflix buscam servidores próprios – a fim de se livrar das restrições do *Big Five*.

Por fim, na listagem dos desafios relacionados à refutação de conteúdos falsos nas plataformas de redes sociais, estão os erros. Em novembro de 2022, tuite do professor Wilson Gomes, crítico à negação bolsonarista do resultado das eleições, foi considerado falso pelo

Twitter – que acabara de implantar um programa de reconhecimento de *fake news*. Ora, se tratava de opinião – que, inclusive, não está no escopo de checagem de agências ligadas à IFCN.

Imagem 66 - Tuite com opinião de Wilson Gomes é considerado conteúdo falso



Fonte: captura de tela, 2022.

No capítulo 3, experimentei o *Google Vision* como ferramenta para a análise dos conteúdos falsos relacionados aos casos aqui considerados. Observei que a rede de etiquetas permite identificar elementos que compõem imagens falsas, o que permitiria a comparação entre uma quantidade significativa de postagens inverídicas. As entidades, por sua vez, apontam o contexto em que um conteúdo é compartilhado. Neste capítulo, observei que a rede de páginas permite identificar onde tais imagens estão disponíveis. São ferramentas que, com certeza, apoiam a análise da desinformação, mas por si só não são suficientes.

Em mesa redonda, o professor André Lemos relatou experimentos com o *ChatGPT*, A inteligência artificial se recusa a produzir ficções ou conteúdos falsos relacionados à política – o que impede a interação do usuário, como apontam Lee e Wei (2022). Quando apresentada com uma *fake news* antiga, reconhece a falsidade da proposição e afirma tratar-se de conteúdos inverídico. No entanto, quando o conteúdo desinformativo é recente, não é capaz de dizer se é algo falso (ALGORITMOS..., 2023¹¹⁰).

¹¹⁰ A mesa redonda “Algoritmos e desinformação”, com participação do prof. André Lemos, está disponível no YouTube em <https://www.youtube.com/live/RI7TLnIz0zM?feature=share>

Ambos os sistemas falham, especialmente, por limitarem diversos *inputs* em um *output* único, baseado tão somente na probabilidade – resultado que é uma proposição eticopolítica (AMOORE, 2020) e instrumentos de visibilidade (GILLESPIE, 2018, CRAWFORD, 2021). Sistemas algorítmicos resolvem a complexidade do mundo argumentando que seus resultados resumem de forma adequada o mundo (AMOORE, 2020). Sendo assim, sistemas automatizados que buscam identificar a desinformação e combatê-la apresentam seus resultados ocultando outros *outputs* possíveis.

Portanto, ações de combate às *fake news* dependem, também, da curadoria humana. A Meta desenvolve o 3PFC, que oferece a checadores um *feed* personalizado de conteúdos a serem verificados e, também, ferramentas para identificação de *trends* no Facebook e no Instagram. Participam agências vinculadas à IFCN, que seguem um código de conduta definido pela organização. Destaque, especialmente, ao Aos Fatos, que desenvolveu ferramenta própria de aferição de conteúdos falsos – sistema esse que envolve o acesso à API do Twitter, o uso do Crowdtangle, o reconhecimento ótico de caracteres por meio de uma inteligência artificial e, também, um modelo de monitoramento do WhatsApp semelhante ao monitor da UFMG.

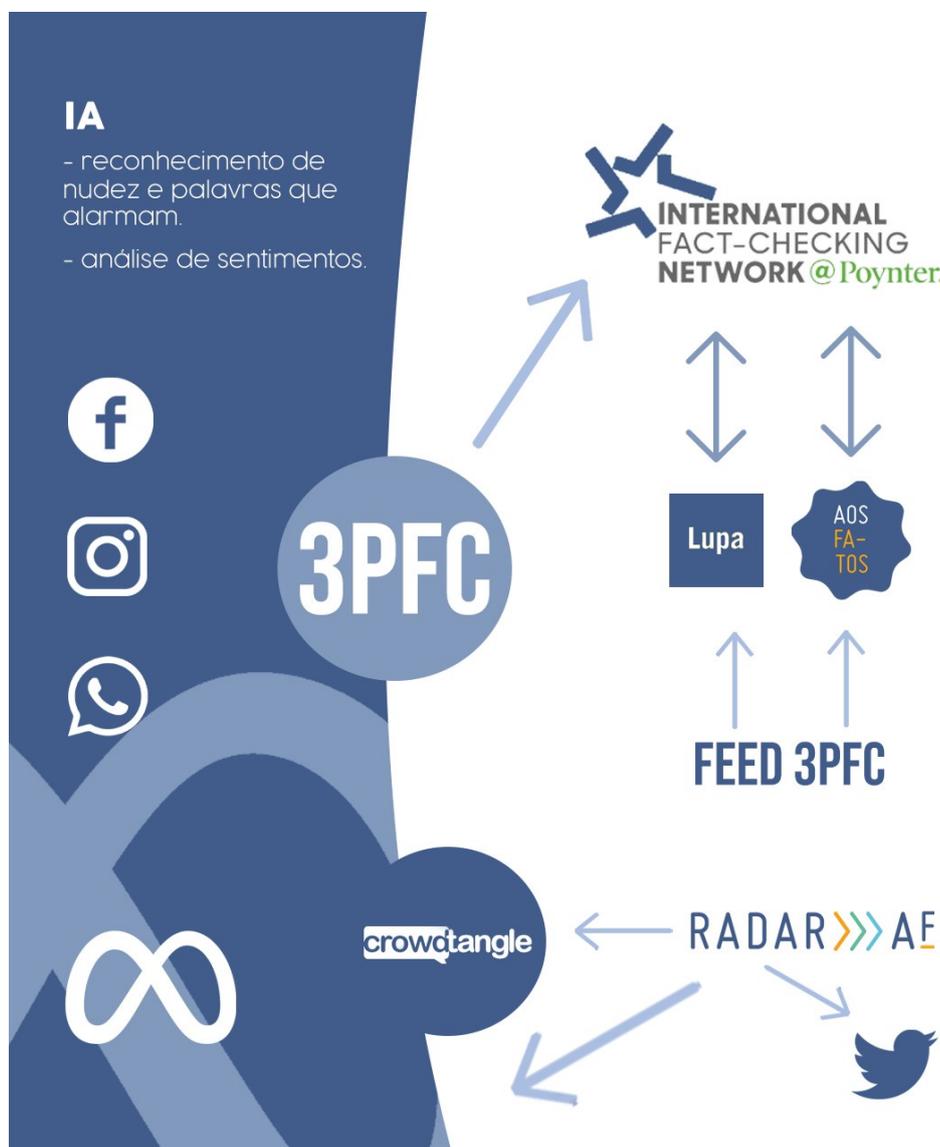
Por fim, não se pode olvidar sistemas de verificação de conteúdos falsos que simulam o uso de inteligência artificial – o que Crawford (2021) aponta como *Pontekim AI*, em referência aos falsos vilarejos criados pelo príncipe russo para enganar a imperadora Catarina II. Tome-se, como exemplo, o *bot* da Fátima (Aos Fatos) no Twitter, descontinuado após mudanças nos termos de uso da plataforma. O sistema identificava perfis públicos que compartilham *links* para conteúdos falsos já checados pela agência. Então, mencionava o usuário e dizia tratar-se de desinformação.

À primeira vista, o sistema parece realizar o processamento de linguagem natural e ser capaz de identificar mensagens falsas. Contudo, essa era uma promessa de desenvolvimento – a Fátima apenas identificava URLs de conteúdos falsos, inseridas em uma base de dados por jornalistas da agência, e avisava o usuário que aquele *post* havia sido checado. Parecia um sistema de checagem automatizada com uso de inteligência artificial, mas não era. Hoje, o Radar Aos Fatos faz monitoramento da desinformação com processamento de linguagem natural, mas se pauta mais pela coleta dos conteúdos e sua classificação pelo nível de qualidade da informação.

Vale apontar, por fim, que até mesmo a checagem “manual” não existe sem as plataformas. Não apenas em função do 3PFC, que determina a noticiabilidade das agências, mas pelo uso de ferramentas específicas que são de propriedade das plataformas. Quando um chegador utiliza o Crowdtangle para verificar o alcance de uma URL, por exemplo, está

acessando uma ferramenta de propriedade da Meta. Se usa a busca reversa de imagens do Google, está sob a dependência de outra plataforma.

Imagem 67 - Refutação de conteúdos falsos nas plataformas digitais



Fonte: dados da pesquisa (2023).

6.4.2 3PFC

Preciso falar da minha mãe. Ela gosta muito de participar de sorteios, seja inscrevendo-se por cartas ou no Instagram. No aplicativo, ela possui duas contas, que utiliza para marcar pessoas em postagens e concorrer a prêmios. Neste processo, ela foi bloqueada quase diariamente: a plataforma impede que ela marque mais pessoas, até mesmo para evitar *spam*.

Essa é uma das ações automatizadas do Instagram para reduzir fazendas de *likes* e a marcação massiva de usuários em conteúdos inadequados.

O discurso oficial do Facebook indica seu esforço no combate aos conteúdos falsos por meio de mudanças na tecnologia da plataforma e na política de uso. Isso implica ações de detecção de postagens inadequadas e categorização dessas mensagens, por meio de inteligência artificial e com a moderação de humanos. No entanto, “quando um sistema utiliza bastante ferramentas de exclusão e controle para lidar com comentários inapropriados, pode haver um conflito entre a segurança dos usuários e seu direito a conhecer”, argumentam Lee e Wei (2022, p. 171, tradução nossa¹¹¹). Nesta perspectiva – e, também, em função de limitações legais –, a plataforma tem adotado ações de remoção:

E aí eu queria fazer uma diferença importante entre remover e reduzir. Essa diferença é importante porque o Facebook não é – e eu nem acredito que deveria ser, como cidadã – o árbitro da verdade; esse não é um poder que nós queremos colocar nas mãos de uma empresa privada. Então, quando se trata de notícias falsas, a gente não está no âmbito de remoção. Uma notícia falsa não viola os nossos termos, se a gente fizesse isso, a gente teria de partir do pressuposto que nós estamos na posição de dizer o que é falso ou verdadeiro (Monica Rosina, então gerente de políticas públicas do Facebook no Brasil, em SEMINÁRIO..., 2019).

As plataformas possuem *expertise* tecnológica que as permitiriam reduzir ou enfrentar com seriedade as *fake news* (OLAN *et al.*, 2022). Apesar disso, resguardam-se no discurso que são meras intermediárias – e, em conformidade com a Seção 230 do *Communications Decency Act*, estariam desobrigadas de responsabilizar-se pelo conteúdo que nelas circulam. Com a eleição de Trump, o escândalo da *Cambridge Analytica* e, especialmente com a pandemia, passam a adotar uma postura de moderação mais ampla. Apesar disso, recusam-se a dizer que fazem editoria: em audiência pública promovida pela Câmara dos Deputados, a então gerente de políticas públicas do Facebook, Mônica Rosina, negou que a plataforma faça editoria de conteúdo, pois seria impossível em função do volume de usuários (CICLO..., 2020).

A Meta fala pouco sobre as ações de combate às *fake news* em suas plataformas. No âmbito do Inquérito 4828/DF, o ministro Alexandre de Moraes solicitou à empresa informações sobre a remoção de contas no Facebook. A resposta da empresa continha um *link* para um release público disponível na Sala de Imprensa do Facebook. Há, contudo, ocasiões específicas em que dados são divulgados pela empresa. Em 8 de julho de 2020, a plataforma anunciou a remoção de uma rede de páginas, perfis e grupos favoráveis a Bolsonaro e ao Gabinete do Ódio:

¹¹¹ “When a service overuses deleting or controlling tools for dealing with inappropriate comments, there can be a conflict between safety and users’ right to know” (LEE; WEI, 2022, p. 171).

foram 14 páginas do Facebook, 35 perfis, 38 páginas do Instagram e um grupo, objetos de análise feita pelo DFRLab (2020).

Em 2019, a então gerente de políticas públicas, Mônica Rosina, participou de seminário promovido pelo TSE. Na ocasião, apontou que o Facebook criou uma *war room* para o pleito brasileiro. As ações do 3PFC permitiram identificar “santinhos” que foram disseminados na plataforma, geralmente com mensagens distintas para vários públicos. Além disso, Rosina destacou a biblioteca de anúncios do Facebook, que arquiva o conteúdo patrocinado por sete anos e permite ver, por exemplo, se um político fez promessas distintas a diversos grupos. Também apontou a criação de uma *tag* específica para as eleições, além da indicação ao usuário se uma página específica possuía outro nome (SEMINÁRIO..., 2019).

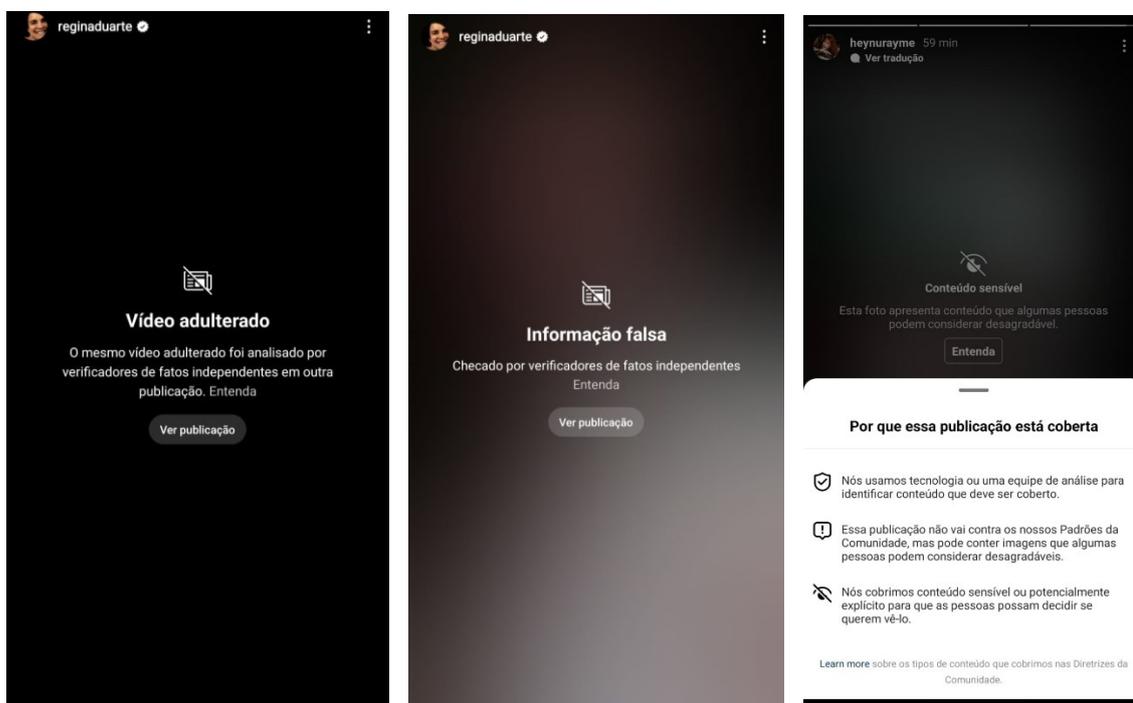
Por sua vez, ao participar de ciclo de debates promovido pela Câmara dos Deputados, Rosina apontou políticas específicas do Facebook para combate à desinformação sobre a pandemia. Segundo a gerente, 50 milhões de conteúdos sobre a Covid-19 foram sinalizados como falsos na plataforma até abril de 2020, com base no resultado de 7500 checagens. Publicações com o selo “falso” seriam ignoradas por 98% dos usuários, explicou Rosina. Ademais, o Facebook também passou a remover conteúdo que poderia gerar dano iminente: por exemplo, uma postagem que dissesse que beber água sanitária pode curar a Covid-19 (CICLO..., 2020).

É um avanço em uma política de desinformação marcada pela redução e não pela remoção. Como destaca Gillespie (2022), há diversas formas de moderação de conteúdo adotadas pelas plataformas: remoção de conteúdo e usuários; limitação de acesso por idade ou localização geográfica, além de bloqueios temporários; etiquetas de checagem e alertas sobre conteúdos inadequados; desmonetização e derrubada de redes. Além disso, outra estratégia menos agressiva: a redução da visibilidade de conteúdos específicos. Trata-se, ainda, de uma ação mais adequada às limitações da legislação estadunidense. Surpreende, portanto, que a Meta tenha adotado estratégias de remoção em conteúdos sobre a Covid-19 que podem causar danos imediatos.

Pesquisas apontam que o combate à desinformação nas plataformas deve envolver o gerenciamento das cascatas e a adoção de ações de *fact-checking* (OLAN *et al.*, 2022). O 3PFC da Meta, como se apontou anteriormente, envolve a verificação algorítmica e a checagem de conteúdos por agências. No Facebook e no Instagram, a plataforma indica quando um conteúdo é enganoso ou deve ser restrito a maiores de idade (Imagem 68). Postagens falsas têm a sua circulação reduzida, em tese. No entanto, como demonstram Lemos e Oliveira (2021) e esta tese corrobora, isso nem sempre acontece:

Em 24 de janeiro, a Lupa publicou matéria em que desmentia postagem que dizia que as indústrias farmacêuticas possuem a patente do Sars-CoV-2, com 312 compartilhamentos até então. No dia 28, o Aos Fatos também checa a publicação e uma outra variante, ambas com 15 mil compartilhamentos. Caso semelhante se deu em publicações que afirmam falsamente que a cantora Preta Gil puxou um trio no carnaval já infectada por Covid-19. Na checagem da Lupa (17/03/20, às 19h30), uma das postagens tinha sido compartilhada 1,9 mil vezes, enquanto na do Aos Fatos (19/03/20, às 16h45), 30 mil vezes (LEMOS; OLIVEIRA, 2021, p. 81).

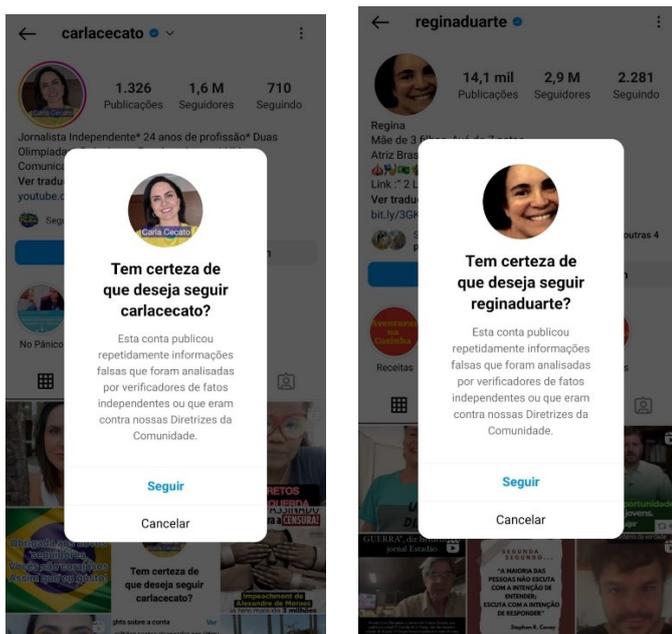
Imagem 68 - Etiqueta no Instagram indica que conteúdo é falso, adulterado ou sensível



Fonte: captura de tela, 2022.

Quando alguém segue uma conta que frequentemente compartilha desinformação, o Instagram aponta que aquele perfil divulga conteúdos falsos e solicita que tal usuário confirme seu interesse (Imagem 69).

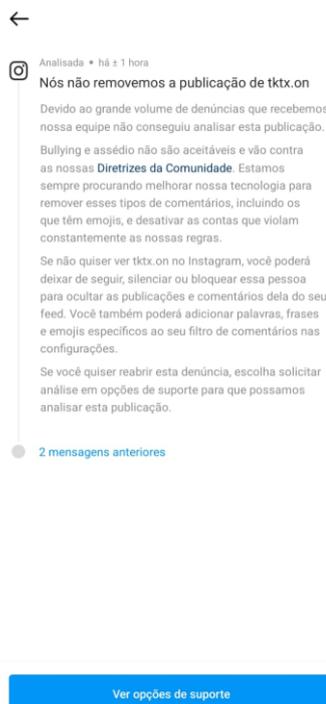
Imagem 69 - Notificação do Instagram indica que conta compartilha conteúdos falsos constantemente



Fonte: captura de tela, 2022.

Ademais, outras deficiências do 3PFC estão relacionadas a seu fluxo: dificilmente *stories* e outros conteúdos são derrubados, especialmente por sua efemeridade. Personalidades públicas, por sua vez, raramente são punidas pelo compartilhamento de conteúdos falsos. No WhatsApp, não há ferramenta de denúncia de *status* e a natureza do aplicativo torna quase impossível a checagem de conteúdos por agências. Desse modo, o mensageiro continua sendo um espaço interessante para disseminar desinformação.

Imagem 70 - Notificação indica que denúncia sobre *story* não foi analisada



Fonte: captura de tela, 2022.

6.5 Fake news como “nós”

A presente seção procurou responder parcialmente a **Q1** e a **Hipótese A**, demonstrando a relação entre a PDPA e as *fake news* a partir da análise dos casos e do diário do pesquisador. Buscou *compreender as fake news no contexto contemporâneo da cultura digital, marcado pela plataformização, dataficação e performatividade algorítmica (PDPA – LEMOS, 2020b, 2020c). Busca-se problematizar e entender seus tipos, formas de circulação, os atores envolvidos em sua produção, circulação e consumo.*

As *fake news* buscam envolver emocionalmente, a fim de produzir grupos de adesão ou repulsa a um ponto de vista em uma controvérsia: sua agência reside principalmente na capacidade de emocionar. Humanos, plataformas, inteligências artificiais, interfaces e outros elementos se entrelaçam nesse fenômeno: a conta do Pavão Misterioso mostra isso já que, embora recém-criada, emplacou a *hashtag* **#ShowDoPavao** nos *trending topics*. São disseminadas por *bots*, organizações criminais, terroristas, políticas ou ativistas políticos, governos, trolls pagos pelo Estado ou influenciadores (hidden paid posters), pessoas manipuladas (idiotas úteis), jornalistas, pessoas que creem em teorias da conspiração, indivíduos que se beneficiam desses conteúdos e trolls (ZANNETTOU *et al.*, 2019). Isso para macular a imagem pública de uma pessoa ou organização, influenciar ou manipular a opinião

pública, “semear discórdia”, de modo a forçar determinada agenda, por lucro, pela defesa apaixonada de um determinado ponto de vista ou por diversão (ZANNETTOU *et al.*, 2019, ALCOOT; GENTZKOW, 2017, BAKIR; MCSTAY, 2017).

Os resultados destacam as intervenções das interfaces das plataformas nos conteúdos falsos. A interface do WhatsApp, por exemplo, potencializa a clusterização dos usuários, além do compartilhamento de conteúdos entre grupos, grupos e *chats* privados. Imagens e outros arquivos enviados pelo aplicativo perdem os metadados de autoria, de forma que são anonimizados. Ademais, mensagens são repostadas no aplicativo e percebidas pelo usuário como conteúdos recentes, sendo mais uma vez ali discutidas. A sensação de intimidade e de imediaticidade promovida pelo *app* faz parecer com que mensagens que ali circulam sempre são verdadeiras – apagar as mediações (*duplo clique*) faz parecer mais verdadeiro (CESARINO, 2022).

Também se demonstrou como, nos casos analisados, a interface das plataformas interferiu na produção e disseminação dos conteúdos falsos. Ainda se propôs uma tipologia de mensagens desinformativas que circulam em grupos políticos no WhatsApp. O capítulo discutiu como conteúdos falsos estão sob distribuição permanente, mesmo após refutados: isso tem implicações no consumo e na verificação de tais mensagens. Por fim, também se discutiu como a refutação da desinformação passa, necessariamente, pelas ferramentas oferecidas pelas plataformas. Dessa forma, pode-se considerar que a **Hipótese A** é corroborada pela análise aqui desenvolvida.

“Nós fizemos a cirurgia”, destacam cirurgiões que trabalham com o *DaVinci*, braço robótico com inteligência artificial cujo uso é objeto de investigação de Amore (2020). O robô aprende a suturar enquanto digere milhares de vídeos de médicos realizando o procedimento, ao mesmo tempo em que aprendem os cirurgiões e os desenvolvedores. A cirurgia é um entrelaçamento entre o robô, a equipe do hospital, o material cirúrgico, o hospital, as políticas nacionais de saúde, as pesquisas científicas e uma infinidade de pesquisas e conhecimentos assimilados pelo robô.

As *fake news*, por sua vez, também são o objeto de um entrelaçamento semelhante, já que não existem sem as plataformas, tampouco sem afetar emocionalmente a humanos. Como aponta o capítulo, sua produção, circulação e refutação são demarcados pela materialidade das plataformas. A autoria das *fake news*, assim como a autoria das suturas, é de um *nós* extenso, que não considera somente os humanos (AMOORE, 2020).

7 AS *FAKE NEWS*, O JORNALISMO E AS REFERÊNCIAS

As mulheres de Goiânia, capital de Goiás, passaram a amarrar seus cabelos quando estavam na rua e, principalmente, quando saíam à noite. Em 2014, um áudio no WhatsApp denunciava que um *serial killer*, usando uma moto preta e sempre de capacete, estava agindo na cidade e que já havia assassinado 12 mulheres. Orientava-se que mulheres amarrassem o cabelo, a fim de evitar serem abordadas pelo suposto assassino. A polícia negou a veracidade do áudio (g1, 2014, DECLERQ, 2018), mas pouco depois prenderia Thiago Gomes da Costa, que confessou ter matado 39 pessoas e foi ao último júri popular em 2023 (WOLFF, 2023).

O compartilhamento de um boato muda muita coisa. O terremoto em Gana, que não aconteceu, trouxe pânico; assim como teria feito a transmissão de *Guerra dos Mundos* capitaneada por Orson Welles¹¹². Os boatos sobre a prisão de Deodoro da Fonseca catalisaram a República, enquanto as falsas cartas de Arthur Bernades movimentaram o pleito eleitoral de 1922. Com a PDPA, a propagação da falsidade é amplificada, assim como seus efeitos. No atual contexto da cultura digital, emergem formas de desinformação que passam obrigatoriamente pelas plataformas, como as *fake news*.

Esta tese teve como objetivo geral *compreender as fake news no contexto contemporâneo da cultura digital, marcado pela plataformização, dataficação e performatividade algorítmica (PDPA – LEMOS, 2020b, 2020c, 2021). Buscou-se problematizar e entender seus tipos, formas de circulação, os atores envolvidos em sua produção, circulação e consumo, sua relação com o jornalismo e com a produção jornalística da verdade.*

Como objetivos específicos, propôs-se:

- Identificar de que modos a circulação de conteúdos intencionalmente e verificadamente falsos resultou, ao longo da história, na formação de grupos de apoio ou repúdio a um ponto de vista específico em uma controvérsia política, problematizando possíveis mudanças oriundas do atual contexto de plataformização, dataficação e performatividade algorítmica;

¹¹² A transmissão e seus efeitos foram discutidos no capítulo 2.

- Descrever práticas material-discursivas usadas por jornalistas ao longo da história na produção da verdade jornalística e problematizar como a circulação de *fake news*, em um contexto de plataformização, dataficação e performatividade algorítmica, afeta esses processos.

Com tais objetivos, fez-se a análise de conteúdos falsos e checagens relacionadas ao *kit gay*, a Vaza Jato e à Covid-19. Tais casos foram selecionados por sua relevância na política brasileira, assim como suas implicações sociais. A análise de tais conteúdos buscou identificar as cadeias de referência que os sustentam e sua extensão, assim como identificar como as plataformas e suas interfaces intervêm na construção dessas inscrições. Neste sentido, tal tese é fundamentada na teoria ator-rede, nos modos de existência dos Modernos (LATOUR, 1994, 1999, 2001, 2002a, 2002b, 2005, 2012, 2015, 2019) e nos debates sobre cultura digital, PDPA e materialidade (AMOORE, 2020, CESARINO, 2022, CRAWFORD, 2021, FOX; ALDRED, 2017, GILLESPIE, 2018a, 2018b, 2022, LEMOS, 2020b, 2020c, 2021, PARRIKA, 2015, SANTAELLA, 2018, 2021a, 2021b, SNIRCEK, 2017, VAN DJICK; POELL; DE WALL, 2018, VAN DJICK, 2020, ZUBOFF, 2020, dentre outras fontes).

A primeira seção fez uma digressão histórica sobre a desinformação e as *fake news*, assim como apresentou o conceito adotado nesta tese. Também envolveu a análise dos conteúdos falsos sobre os casos, desenvolvida tanto manualmente como com o apoio de visão computacional. A segunda parte da tese, por sua vez, fez um histórico material da notícia e da objetividade no jornalismo, assim como realizou a análise das checagens e suas referências. Por fim, o capítulo 6 demonstrou como interfaces e plataformas coproduzem, permitem a circulação e participam da refutação de conteúdos falsos.

7.1 *Fake news* e PDPA

A **Hipótese A** destaca a relação entre as *fake news* e o contexto de plataformização, dataficação e performatividade algorítmica, aventando que dele resultam e, também, o modificam. Neste sentido, sugeriu-se que a materialidade das plataformas influencia a produção, circulação e consumo desses conteúdos falsos – como aponta a literatura (BAKIR, MCSTAY, 2017, BACARELLA *et al.*, 2018, BOVET; MAKSE, 2019, CESARINO, 2022, LEE; WEI, 2022, LEMOS; BITENCOURT; SANTOS, 2020, LEMOS; OLIVEIRA, 2021, TANDOC; LIM; LING, 2017, RECUERO; GRUNZT, 2019, SANTAELLA, 2018, TORRES; GERHART; NEGAHBAN, 2018, XU *et al.*, 2020, dentre outros). Tal perspectiva é corroborada pelos resultados desta tese: no capítulo 6, demonstrou-se como as plataformas e suas interfaces participam da produção, circulação, consumo e refutação de conteúdos falsos.

A plataformação da sociedade, como discute a tese, envolve uma rede que perpassa a extração de recursos naturais e dados, a produção de equipamentos, novas lógicas econômicas, outras formas de linguagem, além da visibilidade ou apagamento promovido pelos algoritmos (PARRIKA, 2015, BUCHER, 2018, CRAWFORD; JOLER, 2018, AMOORE, 2020, CRAWFORD, 2021). Ademais, a coleta e processamento massivos de dados (SANTAELLA; KAUFMAN, 2021, LEMOS, 2021) potencializa a agência algorítmica, que atua dando – e ofuscando - visibilidade, promovendo novas sociabilidades (BUCHER, 2018, GILLESPIE, 2018a, AMOORE, 2020, CRAWFORD, 2021, CESARINO, 2022). Diversos *inputs* são resumidos a um resultado único, que revela proposições ético políticas (AMOORE, 2020).

A relação entre PDPA e *fake news* é demonstrada nas análises desenvolvidas ao longo da tese, especialmente no capítulo 6. As plataformas intervêm na produção, na disseminação e na refutação de conteúdos falsos que nelas circulam (LEMOS; OLIVEIRA, 2021). Por sua vez, a própria checagem é atravessada por tais empresas: seja por meio do 3PFC, seja pela adoção de ferramentas (consulta a APIs, Crowdtangle, sistemas de inteligência artificial) de propriedade dessas plataformas.

No capítulo 2, argumentou-se que *fake news* são um fenômeno específico da PDPA, já que sua distribuição se fundamenta nas plataformas e na lógica de cascatas (SUSTEIN, 2009, RECUERO; GRUNZT, 2019, O’CONNOR; WEATHERALL, 2019, CALVO; ARUGUETE, 2020). O texto destaca que nenhuma tecnologia é neutra, de modo que, para entender as *fake news*, é necessário descrever sua materialidade, a rede em que elas estão envolvidas. Ao apresentar os inquéritos promovidos pelo STF, o capítulo 2 detalhou a relação entre plataformas, suas interfaces e conteúdos falsos: tanto o financiamento coletivo como a monetização de conteúdos têm grande importância nesse contexto. Ademais, cascatas de desinformação funcionam como uma estratégia de *astroturfing*.

Por sua vez, o capítulo 3 demonstrou, já em sua introdução, o uso de plataformas em campanhas de desinformação, assim como estratégias específicas – que só são possíveis por limitações existentes nas próprias interfaces. Já a investigação empírica das inscrições que “sustentam” as *fake news* apontou estratégias de desinformação específicas que são potencializadas pelas plataformas. É o caso do *astroturfing* – que simula a existência de um debate público prévio para mascarar a autoria de uma proposição –, estratégia que é amplificada pelas plataformas: pode-se criar uma diversidade de perfis falsos e, engajando-os, inflando uma *hashtag* aos *trending topics*, como ocorreu na Vaza Jato.

A relação entre *fake news* e plataformas foi discutida em mais detalhe no capítulo 6. Apontou-se como plataformas e interfaces coproduzem e participam da disseminação e da

refutação de conteúdos falsos on-line (LEMOS; OLIVEIRA, 2021). Indicou-se, por exemplo, que as plataformas de redes sociais dão maior visibilidade a conteúdos desinformativos (VOSOGUI; ROY; ARAL, 2018, LEMOS; BITENCOURT; SANTOS, 2020). Discutiu-se como suas interfaces participam da produção e compartilhamento dessas mensagens falsas (BAKIR, MCSTAY, 2017, BACARELLA *et al.*, 2018, TANDOC; LIM; LING, 2017, TORRES; GERHART; NEGAHBAN, 2018, SANTAELLA, 2018, 2021b, LEMOS; BITENCOURT; SANTOS, 2020, MELO *et al.*, 2020, LEMOS; OLIVEIRA, 2021, CESARINO, 2022, LEE; WEI, 2022, dentre outros). Demonstrou-se, ainda, a existência de um “ecossistema” de desinformação, no qual conteúdos de uma plataforma são disseminados em outra: além da *pipeline* YouTube-WhatsApp (MACHADO *et al.*, 2020), relatórios do Monitor de WhatsApp da UFMG (MELO *et al.*, 2018; MELO *et al.*, 2022) demonstram o compartilhamento de *links* de outras redes sociais no mensageiro.

Ainda foram ressaltados aspectos do WhatsApp que potencializam a disseminação de conteúdos falsos no mensageiro. Sua criptografia (RATHORE, 2016, GONÇALVES NETO; MENESES E DACORSO, 2019), o apagamento de metadados de imagens e outros conteúdos, o botão de compartilhamento rápido (ARUN, 2019), seu elevado coeficiente de clusterização (MELO *et al.*, 2020), além de ferramentas que parecem dar acesso imediato ao “real”, sem mediação (CESARINO, 2022), são características que estão ligadas à desinformação. Além disso, a opção de apagar mensagens torna a recuperação de conteúdos difícil, de modo que pode ser utilizada para assediar alguém sem que a vítima consiga produzir provas de tal violência (MIRZA; SALAMH; KARABIYIK, 2020).

A análise empírica desenvolvida no capítulo 6 destacou aspectos da intervenção das plataformas na produção, na distribuição, no consumo e na refutação das *fake news*. Fundamentada no diário de campo do pesquisador, no método *walkthrough* e na análise de tuitos sobre o *kit gay*, demonstrou que *a)* o contexto de circulação e as restrições das interfaces implicam em tipos e formatos específicos de desinformação; *b)* a interface das plataformas ainda determina estratégias para ampliar a circulação de conteúdos falsos, seja por meio da venda de *fan accounts*, seja pelo uso de *bots* para inflar o debate sobre um tópico, ou pelo *spam* de *hashtags*, aquisição de anúncios, dentre outras estratégias; *c)* as interfaces ainda convocam públicos consumidores de *fake news* específicos: no WhatsApp, por exemplo, o elevado coeficiente de clusterização implica em grupos coesos reunidos pelo discurso religioso [REL] e transformador [MET] das FN; *d)* ferramentas de *crowdfunding* e de monetização estão diretamente ligadas à produção e à circulação de conteúdos falsos; *e)* a plataforma em que determinada FN está hospedada pode dar credibilidade a tal conteúdo, especialmente quando

se considera as limitações da curadoria algorítmica; *f*) são as plataformas que oferecem insumos importantes para o desenvolvimento das checagens, assim como a seleção noticiosa desenvolvida pelas agências delas depende. Por fim, resta comprovada a **Hipótese A**, já que tanto a literatura como os resultados desta investigação apontam sua validade.

Vale, ainda, discutir o público convocado pelas *fake news*, cujas características são determinadas também pela intervenção das interfaces. O consumo de conteúdos falsos em grupos no WhatsApp é distinto daquele que se dá no TikTok ou no YouTube, espaços em que há menos homofilia e, portanto, menores condições para que alguém se identifique [MET] em torno de uma palavra salvadora [REL] – há, inclusive, menores chances de inflar o debate público sobre um tópico por meio do *astroturfing*. Sendo assim, tais conteúdos são compartilhados em aplicativos de mensageria instantânea – como a *pipeline* apresentada por Machado e colegas (2020) demonstra –, onde o elevado coeficiente de clusterização produz um público com identificação “mental” (TARDE, 2005). Neste sentido, pode-se entender a importância de estratégias como o *call to action*, capazes de mobilizar um público tão envolvido com tais narrativas falsas (CESARINO, 2022).

Também são públicos efêmeros e disruptivos – não em seu desprezo pela esfera pública e pelo debate público, mas por seu afastamento rumo àqueles que concordam com seu ponto de vista. Observe-se que não se trata, necessariamente, do resultado de filtros-bolha e câmeras de eco: o que se tem é a adesão religiosa aos conteúdos falsos de forma que pouco importa o contraditório e quase nenhum efeito tem a apresentação de checagens que desmontam tal argumento. Tal público não conhece pelas referências, mas crê pela adesão religiosa e seus efeitos na produção de sua subjetividade [MET]. Há de se considerar, portanto, novas estratégias de desmonte de conteúdos falsos: não é necessariamente a incapacidade desses públicos de checar a informação, mas seu desejo por acreditar nela.

7.2 Jornalismo, *fake news* e referências

Por sua vez, a **Hipótese B** sugeriu que é possível distinguir o jornalismo profissional e as *fake news* por meio da extensão das cadeias de referências por elas convocadas. Argumentou-se que o jornalismo usa ferramentas metodológicas que permitem a montagem de *móveis imutáveis*, ao mesmo tempo em que processos organizacionais, rede de fontes, noticiabilidade e outros fatores interferem na produção jornalística. As *fake news* buscam parecer verdadeiras, sendo redigidas de modo a afetar, emocionar quem as consome. Os resultados da tese corroboram essa hipótese.

A demonstração de tal hipótese envolveu a descrição de uma história material dos conteúdos falsos e da objetividade jornalística – em conformidade com os objetivos específicos da presente pesquisa. Em relação ao uso intencional da desinformação, foram indicados diversos casos que demonstram sua materialidade – como o conteúdo falso é produzido, circula e quais seus efeitos – e permitem distinguir diversos tipos de conteúdo desinformativo – tal digressão foi desenvolvida com base na literatura (BARTHOLOMEW; RADFORD, 2012, PATTERSON, 2013, SCHWARCZ; STARLING, 2020, dentre outros). Também se discutiu a emergência dos públicos e da propaganda (LE BON, 1977, 1980, TROTTER, 1921, ORTEGA Y GASSET, 2001, TARDE, 2005, LIPPMANN, 1993, 2015, 2020, BERNAYS, 1928, LASWELL, 1971, dentre outros). Apontou-se a pretensão factual das *fake news* (TANDOC; LIM; LING, 2017, DOURADO, 2020, SANTAELLA, 2018, 2021b, RACHMANIAN, 2022, dentre outros), sua ativação em cascata (SUSTEIN, 2009, RECUERO; GRUNZT, 2019, O’CONNOR; WEATHERALL, 2019, CALVO; ARUGUETE, 2020), assim como elas não se pautam pelas inscrições, pelo acesso ao mundo por meio das provas, das cadeias de referência [REF], mas sim pela palavra religiosa [REL], política [POL] e seu apelo emocional [MET].

A análise de conteúdos falsos relacionados aos casos permitiu distinguir estratégias de desinformação que sustentam tais mensagens:

Quadro 11 - Estratégias de desinformação identificadas

Caso	Estratégia	Definição
Covid-19	<i>Anonimização da fonte</i>	“Apresentação de fontes que não necessariamente existam e a indicação de fontes pelo cargo, mas sem indicação de seu nome ou local de trabalho” (LEMOS; OLIVEIRA, 2021, p. 79).
<i>Kit gay</i> Vaza Jato	<i>Atribuição equivocada de autoria</i>	“Atribui-se uma fala ou documento a uma autoridade, personalidade ou pessoa de prestígio público. Isso empresta credibilidade ao conteúdo, ainda que seja apócrifo” (LEMOS; OLIVEIRA, 2021, p. 79).
Covid-19	Astroturfing	É a estratégia de mascarar o autor de um conteúdo fazendo parecer que tal tema já está presente no debate público – é criar um público fantasma para determinada proposição.
Vaza Jato Covid-19	Call to action	Envolve a criação de inimigos e a chamada para movimentos de ataque em prol de determinada causa. É conspiracionista.
<i>Kit gay</i> Vaza Jato Covid-19	<i>Conspiracionismo</i>	A fonte divulga evidência inequívoca que comprova uma grande conspiração e demanda a suspensão do raciocínio científico e o descarte de evidências contrárias à teoria conspiratória.
<i>Kit gay</i> Vaza Jato Covid-19	<i>Documentos manipulados</i>	Alterações – inserção e cortes – ou fabricação e falsificação de documentos – imagens, áudios e textos – para defender um ponto de vista.

Caso	Estratégia	Definição
Covid-19	<i>Erro da fonte</i>	“A fonte divulga informação falsa / equivocada, sendo por erro ou porque é o autor de tais declarações” (LEMOS; OLIVEIRA, 2021, p. 79). Não exclui dolo.
<i>Kit gay</i> Vaza Jato Covid-19	<i>Falsa conexão</i>	“O uso de um conteúdo fora de contexto, ou ocultando inscrições / referências desse conteúdo” (LEMOS; OLIVEIRA, 2021, p. 79).
Covid-19	<i>Fraude</i>	Tentativa de <i>phishing</i> dissimulada como cadastro em programas sociais ou promoções.
Covid-19	<i>Receitas, conselhos e empiria</i>	Postagens que apresentam relatos de experiência, dicas de saúde ou orientações gerais.

Fonte: elaborado pelo autor, 2023.

Ademais, foi proposta uma classificação das formas de desinformação:

Quadro 12 - Proposta de classificação de formas de desinformação

Tipo	Definição	Inscrições
<i>Alt-science</i>	Revisão conspiracionista da ciência, que nega a produção do conhecimento científico; acusa a ciência de aliar-se a interesses capitalistas; propõe soluções relacionadas ao empirismo ou à religião.	Evidência parca, mas que não nega totalmente o método científico, quer subvertê-lo (CESARINO, 2022).
<i>Clickbait</i>	Uso de títulos que geram a sensação de urgência, curiosidade ou exclusividade. Geralmente o conteúdo não está relacionado ao título, pensado a partir de técnicas de SEO.	Não há relação entre conteúdo e título, de forma que as inscrições se rompem.
Conteúdo fabricado	Conteúdo criado para defesa de uma proposição, passando-se por declaração ou publicação legítima.	Não se sustentam, já que o documento é forjado.
Conteúdo impostor	Se passa pelo conteúdo postado por uma página, pessoa ou instituição com credibilidade. Pode até ser verdadeiro, mas a usurpação da identidade é problemática.	Neste caso, a cadeia de referências pode ser extensa, mas não se sustenta quando se considera a autoria do conteúdo.
Conteúdo manipulado	Conteúdos modificados para a defesa de uma proposição.	Têm a aparência de verdadeiros em função das inscrições, mas a falsificação resulta no desmonte dessas provas.
Erros jornalísticos	Ocorrem quando a metodologia de apuração jornalística não é suficiente para produzir <i>móveis imutáveis</i> que relatem o fato discutido.	A cadeia de referências pode até ser extensa, mas alguma deficiência na apuração pode levar ao seu desmonte.
<i>Fake news</i>	Termo guarda-chuva que reúne conteúdos verificadamente falsos, cuja distribuição é pensada para ampliar seus danos e circulação. Sua produção, circulação, consumo e refutação dependem das plataformas.	Por tratar-se de termo “guarda-chuva, pode-se encontrar número de inscrições variáveis e estratégias distintas. O capítulo 3 relata algumas delas.
Falso contexto	Conteúdos verdadeiros apresentados em contextos distintos do original. Desse modo, passam a defender aspectos que não fundamentam.	Pode apresentar evidências fortes, mas seu uso fora de contexto coloca sua validade em xeque.
Rumor	Iniciado por propagadores conscientes, que acreditam ou não no que dizem. São espalhados em cascatas e pela polarização de grupos (SUNSTEIN, 2009). Materialidade está relacionada ao corpo e à produção do discurso. Embora o rumor seja materialmente produzido, sua duração é curta. São seus efeitos materiais que têm maior durabilidade (BURREL, 2012).	Um rumor não é necessariamente falso, mas faltam inscrições que permitam sua verificação.

Tipo	Definição	Inscrições
Teorias da conspiração	“Conspiracionismos são bem difundidos no espaço e no tempo, e tipicamente se associam a contextos de crise e dissonância, onde trabalham ao mesmo tempo o sintoma e a cura” (CESARINO, 2022, p. 230).	Evidência parca. Promove o desmonte das cadeias de referência da ciência, afirmando que são falsificadas. Haveria como provar a proposição conspiracionista, mas interesses escusos impediriam tal verificação pela ciência.

Fonte: elaborada pelo autor (2023).

Como destacado anteriormente, a tese desenvolveu uma história material da objetividade jornalística. Discutiui-se o surgimento da pirâmide invertida, o discurso sobre a objetividade no jornalismo – que é distinto à prática e diverge do modo [REF] –, como o jornal também é produzido por recursos técnicos, linha editorial, critérios de noticiabilidade e outros temas. Tal exercício fundamentou-se nas considerações de Alsina (2009), Amaral (1996), Campbell (2006), Darton (1990), Hall e colegas (1982), Lage (1987, 2008), Lippmann (1920, 2015), Mindich (1998), Schudson (1981, 2001), Parks (2018, 2019), Traquina (2005a, 2005b), Tuchman (1972), dentre outros. A partir de Martine e De Mayer (2019), inspiradas no modo de existência da referência [REF] (LATOURE, 2001, 2019), foi possível perceber que o jornalismo – ao menos o gênero informativo – fundamenta sua produção em uma metodologia de apuração específica, que busca oferecer inscrições que sustentem aquilo que é dito (MARTINE; DE MAYER, 2018).

Por sua vez, a análise de conteúdos detalhou as referências convocadas em checagens sobre o *kit gay*, a Vaza Jato e a Covid-19. Quando se compara a extensão das referências que sustentam o texto jornalístico e as *fake news* sobre tais casos, observa-se que tal análise corrobora a **Hipótese B**. As referências que sustentam as checagens são apresentadas na tabela a seguir:

Tabela 25 - Número de citações por texto nos casos analisados

Temática	Textos	Citações	Proporção	%
<i>Kit gay</i>	19	134	7,05 (média)	2,29
Vaza Jato	20	90	4,64 (média)	1,54
Covid-19	619	5631	9,52 (média)	96,17
Total	658	5855	8,89 (média)	100

Fonte: elaborado pelo autor, 2023.

7.3 Limitações e agenda de pesquisa

Revelada a falsa gravidez, Maria Verônica se tornou pária em sua família e cidade. A expressão “de Taubaté”, locução adjetiva, passou a qualificar aquilo que se sabe ser falso. Quando o inquérito se encerrou, os donos da Escola Base foram inocentados por falta de provas. Embora tenham recebido indenizações, o circo midiático custou seu trabalho. O bronzeado exagerado de Trump não teve repercussões negativas significativas, ao contrário de seu discurso negacionista e antidemocrático. Nilson Papinho, por sua vez, não teve tanta sorte: continua recluso após a calúnia que sofreu, alimentando certo ressentimento com a esquerda.

O modelo de jornalismo do *The New York Times* consolidou-se como padrão noticioso, mas segue a querela entre a melhor técnica de reportagem: aquela fundamentada somente em dados ou a que ressalta emoção – e até possíveis pensamentos do personagem. Os familiares de Dom Phillips e Bruno Pereira, poucos dias depois do contato com o governo brasileiro, descobririam que haviam perdido seus entes queridos. A “mamadeira de piroca”, em todo seu absurdo, circulou na controversa eleição de 2018, que resultou na complicada gestão de Bolsonaro. É ressuscitada no ataque ao STF, mas agora se materializa em um pênis de borracha que seria de um dos ministros da corte.

Todas as histórias que abrem o início das seções desta tese foram apresentadas para ilustrar o modo como a “verdade” é produzida. Não buscam apontar uma conclusão moral, ou sugerir um caminho virtuoso. Querem apontar que são muitos os atores que, entrelaçados, produzem, disseminam e rechaçam as *fake news*. A Hidra de desinformação diz que “Legião é meu nome, porque somos muitos”, enquanto se desloca nas águas da PDPA.

A investigação sobre *fake news* – e a tese – nunca acabam, já que diversos caminhos se abrem durante seu desenvolvimento. Nesta seção, são indicadas limitações e, também, agendas de pesquisa que podem ser desenvolvidas em estudos futuros. A principal questão envolvendo esta tese foi a estratégia de coleta: considerar a seleção das agências Aos Fatos e Lupa é reproduzir a seleção desenvolvida pelo 3PFC da Meta. Em revisão sistemática, Miró-Llinares e Aguerri (2021) apontam que este é um problema comum de pesquisas sobre *fake news*, já que, em função da complexidade filosófica de dizer que algo é verdadeiro ou falso, pesquisadores preferem fontes que já realizaram tal verificação. No entanto, isso pode implicar em vieses que podem afetar os resultados de tais pesquisas.

Como se argumentou anteriormente, a estratégia aqui adotada espelhou as limitações da metodologia de checagem das agências, do próprio formato “checagem” e do convênio com as plataformas. No entanto, como se buscou desenvolver uma análise das referências dos

conteúdos falsos e das próprias checagens, tal estratégia não é tão prejudicial, visto que a amostra representa o modo como o jornalismo e as *fake news* se fundamentam. Ainda nesse sentido, buscou-se ampliar a seleção com a coleta de imagens por meio do Monitor de WhatsApp – o que, por sua vez, também implicou em vieses de seleção existentes na ferramenta e na análise desses conteúdos fora da interface em que circularam. Por fim, outro desafio relacionado à coleta está relacionado à dimensão do caso Covid-19, que exige a convocação de outras fontes para melhor compreender a desinformação no contexto do *kit gay* e da Vaza Jato.

Ainda se indicou, como limitação, a classificação adotada no livro de códigos e eventuais adequações necessárias durante a pesquisa. Para reduzir eventuais consequências, tais questões foram apontadas no diário de campo. Destacou-se, ainda, o distinto grau hierárquico dos entrevistados, que pode ter interferido nas respostas que eles deram às questões apresentadas. Ressalta-se, contudo, que a entrevista foi uma metodologia complementar. Por fim, destaca-se como limitações da pesquisa as restrições do *Google Vision*, listadas no capítulo 3, assim como o caráter mais descritivo das análises do capítulo 6. Como se indica ali, as análises desenvolvidas se fundamentam no diário de campo do pesquisador, em tuites sobre os casos e, por fim, na descrição das interfaces por meio do método passo a passo.

Embora seu escopo tenha se limitado aos objetivos e às hipóteses descritas na introdução, a presente pesquisa lançou luz a aspectos específicos descritos adiante. Observa-se que os resultados aqui encontrados não são exaustivos, justamente por não serem objeto da presente investigação. Contudo, destacam temas relacionados que devem ser considerados em pesquisas futuras. É o caso, por exemplo, do funcionamento de sistemas de detecção automatizada de conteúdos falsos, temática amplamente discutida na literatura. Destaca-se, especificamente, a redução promovida por tais algoritmos, que apresentam um *output* único para uma infinidade de dados inseridos (AMOORE, 2020).

A adoção de ferramentas de visão computacional para a análise de imagens falsas que circularam no WhatsApp permitiu a compreensão de um universo amplo de postagens que superava a capacidade manual de análise deste pesquisador. Contudo, quando se compara a análise de etiquetas com a de entidades, observa-se que o algoritmo do *Google Vision* só é capaz de identificar a desinformação quando tal imagem é associada à falsidade em algum dos *sites* em que está hospedada. De tal modo, conteúdos recentes e ainda não checados são lidos como verdadeiros – a ferramenta verifica a possibilidade de ser conteúdo impostor, mas tem-se, mais uma vez, uma análise baseada em probabilidade, na redução (AMOORE, 2020).

Outra questão percebida por meio da visão computacional é a distribuição perene de conteúdos falsos. A presente tese vai resguardar, em uma base de dados confiável – o

repositório de uma universidade pública prestigiada –, algumas imagens falsas relacionadas aos casos analisados. A interface do WhatsApp, como apresentou o capítulo anterior, “renova” conteúdos falsos, fazendo parecer que foram publicados recentemente. Investigações futuras podem focar na distribuição permanente da desinformação e modos de combatê-la – afinal, em todas as Copas do Mundo, desde 1998, recebemos mensagens provando que o Brasil vendeu sua vitória.

As investigações podem focar, ainda, em *dark patterns* das interfaces e características específicas que permitem a produção e circulação permanente de conteúdos falsos. Tal tarefa foi empreendida no WhatsApp por este pesquisador em 2019 (OLIVEIRA, 2019) e nesta tese. Contudo, há diversos outros aplicativos relevantes e, também, atualizações constantes nas interfaces. É preciso desenvolver pesquisas que aliem o método *walkthrough*, diários de campo e a análise do uso de diversos usuários.

Pesquisas futuras, na área do jornalismo, podem ampliar a metodologia de análise de referências proposta por Martine e De Mayer (2018) e adaptada nesta tese. Tal perspectiva permite entender que o jornalismo não é o que a comunidade jornalística diz que é (TRAQUINA, 2005b), mas permite uma análise *a posteriori* do conteúdo informativo. Em tempos em que limites entre *branded content*, jornalismo e entretenimento estão cada vez mais tênues, é importante garantir uma metodologia robusta de analisar o jornalismo pelo modo como ele constrói sua argumentação. Não é mais possível dizer que é jornalístico porque os jornalistas assim acreditam.

Ademais, novas investigações podem focar-se nos produtos desenvolvidos por agências de checagem. Não apenas representam gêneros e formatos distintos daqueles percebidos por Marques de Melo (2007), mas também são atravessados pela intervenção das plataformas (JURNO, 2018, JURNO; D’ANDRÉA, 2021). Assim, sua noticiabilidade é definida diretamente por tais empresas (LE MOS; OLIVEIRA, 2021) e não mais somente pelo “interesse público”. Entender os novos produtos por elas oferecidos – como monitoramento de marca, de temáticas, checagens *on demand* e outros – também é um caminho relevante.

Esta tese abre também linhas de pesquisa sobre o fenômeno analisado. Foi possível apontar a relação entre *fake news* e PDPA, o modo como o jornalismo produz referências – e é afetado pela desinformação – e, também, investigar o contexto de disseminação de conteúdos falsos sobre o *kit gay*, a Vaza Jato e a Covid-19. Novas pesquisas certamente preencherão as lacunas deixadas por esta tese, assim como vão propor soluções para as limitações destacadas anteriormente. Afinal, se a desinformação é uma Hidra em que novas cabeças crescem sempre que uma é decapitada, cabe à ciência pensar estratégias para evitar que tal monstro se regenere.

REFERÊNCIAS

- 72 HORAS. Apresentação de Branca Vianna. Reportagem de Flora Thomson-DeVeaux, Paula Scarpin, Carol Pires e Natália Silva. Direção criativa de Paula Scarpin e Flora Thomson-DeVeaux. *In: RÁDIO Novelo Apresenta. Apresentação de Branca Vianna. Reportagem de Flora Thomson-DeVeaux, Paula Scarpin, Carol Pires e Natália Silva. Direção criativa de Paula Scarpin e Flora Thomson-DeVeaux.* [S.l]: Rádio Novelo, 05 jan. 2022. Disponível em: <<https://www.radionovelo.com.br/originais/apresenta/72-horas/>>. Acesso em 16 jan. 2023.
- ABREU, Alzira Alves de. Cartas Falsas. *In: FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS. Centro de Pesquisa e Documentação de História Contemporânea do Brasil. Atlas Histórico do Brasil.* Rio de Janeiro: FGV, 2016.
- AFONSO, Nathália. Em site, Bolsonaro compara seu programa de governo com o de Haddad – e comete erros. **Aos Fatos**, 18 de outubro de 2018. Disponível em: <>. Acesso em 06 mar. 2019.
- AGAVAR, Naresh Kumar; ALSAEEDI, Farraj. Creation, dissemination and mitigation: toward a desinformation behavior framework and model. **Aslib Journal of Information Management**, [S.l], v. 75, n. 3, p. 639-658, 2021.
- AGÊNCIA PÚBLICA. Eles falam, nós checamos. Truco. **Agência Pública**, [S.l]. [201?]. Disponível em: <<https://apublica.org/truco/>>. Acesso em 29 set. 2017.
- ALBARRACÍN, Dolores. Conspiracy beliefs: knowledge, ego defense, and social integration in the processing of fake news. *In: GREIFENEDER, Rainer et al (Edi.). The psychology of fake news: accepting, sharing, and correcting misinformation.* London; New York: Routledge, 2021.
- ALCOTT, Hunt; GENTZKOW, Matthew. Social media and fake news in the 2016 Election. **Journal of Economic Perspectives**, [S.l], v. 31, n. 2, p. 211-236, 2017.
- ALGORITMOS e desinformação. Ciclo de Conversas Online: Inteligência Artificial, algoritmos e Media. André Lemos, Inês Amaral e Ramón Salaverría. Mediação de Luísa Torre. LabCom - Universidade da Beira Interior: Covilhã, 2023. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=RI7TLnIz0zM>>. Acesso em 09 fev. 2023.
- ALKHATERI, Shaikha Mohammed Ali Bin Helal *et al.* Attitudes towards Fake News: A Systematic Literature Review. **Webology**, [S.l], v. 18, p. 368-376, 2021.
- ALSINA, Miquel Rodrigo. **A construção da notícia.** Petrópolis: Vozes, 2009.
- AMARAL, Luiz. **A objetividade jornalística.** Porto Alegre: Sagra: DC Luzzato, 1996.
- AMAZEEN, Michelle A. Checking the fact-checkers in 2008: predicting political ad scrutiny and assessing consistence. **Journal of Political Marketing**, [S.l], v. 15, n. 4, p. 433-464, 2016.

AMAZEEN, Michelle A. *et al.* Correcting political and consumer misperceptions: the effectiveness and effects of rating scale versus contextual correction formats. **Journalism & Mass Communication Quarterly**, [S.l.], v. 95, n. 1, 2018.

AMOOORE, Louise. **Cloud ethics**: algorithms and the attributes of Ourselves and Others. Durham; London: Duke University Press, 2020.

ARAGÃO, Alexandre. Entre ampliar ou cortar Bolsa Família, Bolsonaro muda de opinião em apenas dois dias. **Aos Fatos**, 16 de agosto de 2018. Disponível em: < <https://aosfatos.org/noticias/entre-ampliar-ou-cortar-bolsa-familia-bolsonaro-muda-de-opiniao-em-apenas-dois-dias/> >. Acesso em 06 mar. 2019.

ARAÚJO, Emanuel. **A construção do livro**: princípios da técnica de editoração. Rio de Janeiro: Lexikon, 2008.

ARENDT, Hannah. Verdade e política. *In*: ARENDT, Hannah. **Entre o passado e o futuro**. São Paulo; Perspectiva, 1972.

ARUN, Chinmayi. On WhatsApp, rumors and lynchings. **Economic & Political Weekly**, [S.l.], v. LIV, n. 6, p. 30-35, 9 fev. 2019.

BACARELLA, Christian *et al.* Social media? It's serious! Understanding the dark side of social media. **European Management Journal**, [S.l.], v. 36, n. 4, p. 431-438, ago. 2018.

BAKER-WHITE, Emily. TikTok's secret 'heating' button can make anyone go viral. **Forbes**, 20 de janeiro de 2023. Disponível em: < https://www.forbes.com/sites/emilybaker-white/2023/01/20/tiktoks-secret-heating-button-can-make-anyone-go-viral/?sh=2030e4ac6bfd&utm_source=the%20news&utm_medium=newsletter&utm_campaign=23_01 >. Acesso em 23 jan. 2023.

BAKIR, Vian; MCSTAY, Andrew. Fake news and the economy of emotions. **Digital Journalism**, [S.l.], v. 6, n. 2, p. 154-175, 2017.

BALI, Aasita; DESLAI, Prathik. Fake news and social media: Indian perspective. **Media Watch**, [S.l.], v. 3, n. 10, p. 737-750, 2019.

BARAD, Karen. **Meeting the Universe halfway**: quantum physics and the entanglement of matter and meaning. Durham; London: Duke University, 2007.

BARBOSA, Suzana. **Jornalismo Digital em Bases de Dados (JDBD)**: um paradigma para produtos jornalísticos digitais dinâmicos. 2007. 329f. Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura Contemporâneas) – Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2007.

BARBOSA, Suzana A.; TORRES, V. O paradigma 'Jornalismo Digital em Base de Dados': modos de narrar, formatos e visualização para conteúdos. **Galáxia**, São Paulo, n. 25, p. 152-164, jun. 2013.

BARFAR, Arash. Cognitive and affective responses to political disinformation in Facebook. **Computers in Human Behavior**, [S.l.], v. 101, p. 173-179, 2019.

BARTHOLOMEW, Robert E.; RADFORD, Benjamin. **The Martians have landed!**: a history of media-driven panics and hoaxes. Jefferson: McFarland & Comapny, 2012.

BELTRÃO, Luiz. **Introdução à filosofia do jornalismo**. Rio de Janeiro: Agir, 1960.

BENJAMIN, Walter. **Magia e técnica, arte e política**: Ensaio sobre literatura e história da cultura. Obras escolhidas, volume 1. São Paulo: Brasiliense, 1987.

BERGER, Christa. Do jornalismo: toda notícia que couber, o leitor apreciar e o anunciante aprovar, a gente publica. *In*: MOULLIAUD, Maurice; PORTO, Sérgio Dayrell (Org.). **O jornal**: da forma ao sentido. Brasília: Universidade de Brasília, 2012.

BERNAYS, Edward L. **Propaganda**. New York: Horace Liveright, 1928.

BLOCH, Marc. Reflexões de um historiador sobre as falsas notícias da guerra. *In*: BLOCH, Marc. **História e historiadores**. Lisboa: Teorema, 1995.

BOLTER, Jay David; GRUSIN, Richard. **Remediation**: understanding new media. Cambridge: The MIT Press, 2000.

BORGES, Jorge Luís. Sobre o rigor na ciência. *In*: BORGES, Jorge Luís. **História universal da infâmia**. Lisboa: Assírio e Alvim, 1982.

BOUNEGRU, Liliana. Data journalism in perspective. *In*: BOUNEGRU, Liliana; CHAMBERS, Lucy; GRAY, Jonathan. **The data journalism handbook**. [S.l: s.n], 201?. Disponível em: <<https://datajournalism.com/read/handbook/one>>. Acesso em 25 jan. 2020.

BOUNEGRU, Liliana; CHAMBERS, Lucy; GRAY, Jonathan. **The data journalism handbook**. [S.l: s.n], 201?. Disponível em: <<https://datajournalism.com/read/handbook/one>>. Acesso em 25 jan. 2020.

BOVET, A.; MAKSE, H. A. Influence of fake news in Twitter during the 2016 US presidential election. **Nature Communications**, [S.l], v. 10, n. 1, 2019.

BRANDTZAEG, Petter Bae; FØLSTAD, Asbjørn; DOMÍNGUEZ, María Ángeles Chaparro. How journalists and social media users perceive online fact-checking and verification services. **Journalism Practice**, [S.l], v. 12, n. 9, p. 1109-1129, 2018

BRASIL. Congresso Nacional. Requerimento de instituição de CPMI – nº 11, de 2019. Disponível em: <<https://legis.senado.leg.br/sdleg-getter/documento?dm=7974346&ts=1589920554653&disposition=inline>>. Acesso em 28 mai. 2020.

BRASIL. Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014. Estabelece princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da Internet no Brasil. **Diário Oficial da União**, Brasília, 24 de abril de 2014.

BRASIL. Presidente (2019-2022: Jair Messias Bolsonaro). **Discurso em reunião com embaixadores no Palácio da Alvorada**. Brasília, 18 jul. 2022. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=PPDC-bN5iGk>>. Acesso 18 jul. 2022.

BRASIL. Senado Federal. **CPI da Pandemia**: relatório final. Brasília: Senado Federla, 2021a. Disponível em: <<https://legis.senado.leg.br/sdleg-getter/documento/download/72c805d3-888b-4228-8682-260175471243>>. Acesso em 11 jan. 2023.

BRASIL. Senado Federal. Requerimento nº 1371, de 2021. Criação de CPI para apurar as ações e omissões do Governo Federal no enfrentamento da pandemia da Covid-19 no Brasil e, em especial, no agravamento da crise sanitária no Amazonas com a ausência de oxigênio para os pacientes internados. **Senado Federal**, Brasília, 15 de janeiro de 2021b. Disponível em: <<https://www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/materia/148070>>. Acesso em 11 de jan. 2023.

BRASIL. Senado Federal. Requerimento nº 1372, de 2021. Criação de CPI para apurar desvios de recursos destinados ao combate dos efeitos da Covid 19. **Senado Federal**, Brasília, 02 de março de 2021c. Disponível em: <https://www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/materia/148071>>. Acesso em 11 de jan. 2023.

BRASIL. Supremo Tribunal Federal. Acórdão. **Ag. Reg. no Recurso Extraordinário 1.193.343 Sergipe**. Relator: Ministro Celso de Mello. Agravante: Estado do Sergipe. Agravado: AMASE – Associação dos Magistrados de Sergipe. 22 a 28 de novembro de 2019. Disponível em: <<http://redir.stf.jus.br/paginadorpub/paginador.jsp?docTP=TP&docID=751619665>>. Acesso em 03 jun. 2020.

BRASIL. Supremo Tribunal Federal. Inquérito. **Inq 4828/DF**. Relator: Ministro Alexandre de Moraes. Autor: Ministério Público Federal; sob sigilo. Procuradores: Procuradoria-Geral da República; sob sigilo. 2020-atual. Disponível em: <<https://portal.stf.jus.br/processos/detalhe.asp?incidente=5895367>>. Acesso em 23 jan. 2023.

BREED, Warren. Social control in the newsroom: a functional analysis. **Social Forces**, [S.l], v. 22, n. 4, p. 326-335, 1955.

BORGES, Jorge Luís. Sobre o rigor na ciência. *In*: BORGES, Jorge Luís. **História universal da infâmia**. Lisboa: Assírio e Alvim, 1982.

BOVET, A.; MAKSE, H. A. Influence of fake news in Twitter during the 2016 US presidential election. **Nature Communications**, [S.l], v. 10, n. 1, 2019.

BUCCI, Eugênio. **Existe democracia sem verdade factual?**. Barueri, SP: Estação das Letras e Cores, 2019.

BUCHER, Tania. **If... then**: algorithmic power and politics. New York: Oxford University Press, 2018.

BUNN, Geoffrey C. **The truth machine**: a social history of the lie detector. Baltimore: John Hopkins University, 2012.

BURRELL, Jenna. The materiality of rumor. *In*: LEONARDI, Paul M.; NARDIE, Bonnie A.; KALLINIKOS, Jannis (Orgs.). **Materiality and organizing**; social interaction in a technological world. Oxford University Press, 2012.

BURSZTYN, Victor S.; BIRNBAUM, Larry. Thousands of small, constant rallies: a large-scale analysis of partisan WhatsApp groups. *In*: THE 2019 IEEE/ACM INTERNATIONAL CONFERENCE ON ADVANCES IN SOCIAL NETWORKS ANALYSIS AND MINING, 10, 2019, Montreal. **Proceedings...** ASOMAN, 2019, v. 10.

BUTLER, Judith. **Vida precária**: os poderes do luto e da violência. Belo Horizonte: Autêntica, 2019.

CAETANO, Josemar Alves *et al.* **Analyzing and characterizing political discussions in WhatsApp public groups**. Association for the Advancement of Artificial Intelligence, 2018.

CALVO, Ernesto; ARUGUETE, Natalia. **Fake news, trolls y otros encantos**: cómo funcionan (para bien y para mal) las redes sociales. [S.l]: Siglo XXI Editores, 2020.

CAMPBELL, W. Joseph. **Getting it wrong**: ten of the greatest misreported stories in American journalism. Los Angeles: University of California, 2010.

CAMPBELL, W. Joseph. **The year that defined American journalism**: 1987 and the clash of paradigms. New York: Routledge, 2006.

CANAVILHAS, João. **Webjornalismo**: da pirâmide invertida à pirâmide deitada. Covilhã: Universidade de Beira Interior, 2006.

CANAVILHAS, João; COLUSSI, Juliana; MOURA, Zita-Bacelar. Desinformación em las elecciones presidenciales 2018 em Brasil: un análisis de los grupos familiares en WhatsApp. **El profesional de la información**, [S.l], v. 28, n. 5, 2019.

CAPANAMENA, Rafael. O que é Ratanabá e como essa teoria biruta se espalhou. **Núcleo**, 14 de junho de 2022. Disponível em: <<https://nucleo.jor.br/garimpo/ratanaba-teoria-amazonia/>>. Acesso em 28 nov. 2022.

CARPANEZ, Juliana. Veja o passo a passo da notícia falsa que acabou em tragédia em Guarujá. **Folha de S. Paulo**, 27 de setembro de 2018. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2018/09/veja-o-passo-a-passo-da-noticia-falsa-que-acabou-em-tragedia-em-guaruja.shtml>>. Acesso em 28 mai. 2020.

CARTER, Daniel. Weapons of disinformation. **Index of Censorship**, [S.l], v. 43, n. 1, p. 41-44, 2014.

CESARINO, Letícia. **O mundo do avesso**: verdade e política na era digital. São Paulo: Ubu, 2022.

CICLO de Debates Públicos: Lei de Combate às Fake News (PL 2630/20) 20/07, 9 horas. Câmara Federal. 20 de julho de 2020. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=okvj8bVt4Uk>>. Acesso em 10 mar. 2023.

CLARK, Adam. **SEO 2022**: learn Search Engine Optimization with smart internet marketing strategies. [S.l: s. n], 2022

CRAWFORD, Kate. **Atlas of AI**: power, politics, and the planetary costs of artificial intelligence. New Haven; London: Yale University Press, 2021

CRAWFORD, Kate; JOLER, Vladan. **Anatomy of an AI system**: the Amazon Echo as an anatomical map of human labor, data and planetary resources. [S.l]: Share Lab; The AI Now Institute, 2018. Disponível em: < <https://anatomyof.ai/>>. Acesso em 13 jan. 2023.

CODDINGTON, Mark; MOLYNEUX, Logan; LAWRENCE, Regina G. Fact checking the campaign: how political reporters use Twitter to set the record straight (or not). **The Internation Journal of Press Politics**, [S.l], v. 14, n. 9, p. 391-409, 2014.

COMITÊ GESTOR DA INTERNET NO BRASIL. CGI.BR. **Resolução CGI.br/RES/2009/003/P**. Princípios para a governança e uso da internet no Brasil. 2009. Disponível em: < https://www.cgi.br/resolucoes/documento/2009/CGI.br_Resolucao_2009_003.pdf>. Acesso em 02 mar. 2023.

CONVERSACÕES | Pollyana Ferrari e Tai Nalon | Checar fatos 1. TIDD PUC-SP. 6 de outubro de 2020. Disponível em: < <https://www.youtube.com/watch?v=9SBVfNizD28>>. Acesso em 31 dez. 2022.

CIAMPLAGIA, Giovanni Luca et al. Computational fact checking from knowledge networks. **PLOS ONE**, [S.l], v. 10, n. 10, 2015.

CUNHA, Ana Rita; MENEZES, Luiz Fernando. Checamos as declarações de Bolsonaro no Jornal Nacional e na Globo News. **Aos Fatos**, 28 de agosto de 2018. Disponível em: < <https://aosfatos.org/noticias/checemos-declaracoes-de-bolsonaro-no-jornal-nacional-e-na-globonews/>>. Acesso em 06 mar. 2019.

D'ANDRÉA, Carlos Frederico de Brito; JURNO, Amanda Chevtchouk. Algoritmos como um devir: uma entrevista com Taina Bucher. **Parágrafo**, São Paulo, v. 6, n. 1, p. 165-170, jan.-abr. 2018.

D'ANDRÉA, Carlos; JURNO, Amanda; DALBEN, Sílvia. Mapeando controvérsias algorítmicas (e suas tensões com e no jornalismo). *In*: MARTINS, Bruno G.; VIANNA, Graziella Mello; MOURA, Maria Aparecida; PESSOA, Sônia Caldas (Orgs.). **Experiências metodológicas em textualidades midiáticas**. Belo Horizonte: Relicário, 2019, p. 141-162.

DARTON, Robert. **O beijo de Lamourette**. São Paulo: Companhia das Letras, 1990.

DECLERQ, Marie. O Motoqueiro da Morte de Goiânia. **Vice**, 3 de junho de 2018. Disponível em: < <https://www.vice.com/pt/article/bj3m7d/o-motoqueiro-da-morte-de-goiania-serial-killer>>. Acesso em 10 mar. 2023.

DELANDA, Manuel. **A New Philosophy of Society**: Assemblage Theory and Social Complexity. London; New York: Continuum, 2006.

DERRIDA, Jacques. História da mentira: prolegômenos. **Estudos Avançados**, São Paulo, v. 10, n. 27, p. 7-39, 1996.

DFRLAB. Facebook removes inauthentic network linked to Bolsonaro allies. **DFRLab**, 8 de julho de 2020. Disponível em: <<https://medium.com/dfrlab/facebook-removes-inauthentic-network-linked-to-bolsonaro-allies-5927b0ae750d>>. Acesso em 09 fev. 2023.

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

DOURISH, Paul. **The stuff of bits**: na essay on the materialities of information. [S.l]: MIT, 2017.

DUBOIS, Philippe. **O ato fotográfico e outros ensaios**. Campinas, SP: Papyrus, 1993.

DUNLAP, David W. 1986: ‘News, not nausea’. **The New York Times**, 5 de janeiro de 2017. Disponível em: <<https://www.nytimes.com/2017/01/05/insider/1896-news-not-nausea.html>>. Acesso em 1 mar. 2021.

EASON, David L. On journalistic authority: The Janet Cooke scandal. **Critical Studies in Mass Communication**, v. 3, n. 4, p. 429-447, 1986.

EQUIPE LUPA. #Verificamos: atentado contra Jair Bolsonaro com checagens em tempo real. **Agência Lupa**, 06 de setembro de 2018. Disponível em: <<https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/2018/09/06/atentado-bolsonaro-tempo-real/>>. Acesso em 01 mar. 2019.

FABRY, Merrill. Here’s how the first fact-checkers were able to do their jobs before the internet. **Time**, 24 de agosto de 2017. Disponível em: <<http://time.com/4858683/fact-checking-history/>>. Acesso em 7 nov. 2018.

FAROOQ, Gowhar. Politics of fake news: how WhatsApp became a potent propaganda tool in India. **Media Watch**, [S.l], v. 9, n. 1, p. 106-117, 2018.

FERRARETO, Luiz Artur. **Rádio**: teoria e prática. São Paulo: Summus, 2014.

FERRARI, Pollyana. **Como sair das bolhas**. São Paulo: EDUC, 2018.

FERRARI, Pollyana. **Jornalismo digital**. São Paulo: Contexto, 2010.

FERRARI, Pollyana (Org.). **Nós**: tecnoconsequências sobre o humano. Porto Alegre: Fi, 2020.

FILHO, João. As milícias vituais usaram o ‘vô do slime’ para armar uma arapuca contra a esquerda. **The Intercept Brasil**, 10 de fevereiro de 2019. Disponível em: <https://theintercept.com/2019/02/10/nilson-papinho-vovo-slime-bolsonaristas-feministas/>. Acesso em 28 jul. 2022.

FOLHA DE S. PAULO. **Manual de redação**. São Paulo: Publifolha, 2013.

FOLHA DE S. PAULO. **Manual de redação**: as normas de escrita e conduta do principal jornal do país. São Paulo: Publifolha, 2018.

FRANCO, Guillermo. **Como escrever para a web**: elementos para a discussão e construção de manuais de redação online. [S.l.]: Centro Knight para o Jornalismo nas Américas, 201?.

FRANCISCATO, Carlos Eduardo. **A atualidade no jornalismo**: bases para sua delimitação teórica. 2003. 336f. Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura Contemporâneas) – Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2003.

FOX, Nick J.; ALLDRED, Pam. **Sociology and the New Materialism**: theory, research, action. London; Thousand Oaks; New Delhi: SAGE, 2017.

FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS. Sala de Democracia Digital. Disponível em: <<https://observa2018.com.br>>. Acesso em 19 ago. 2019.

FURTADO, Sílvia de Freitas Dal Ben. **Cartografando o jornalismo automatizado**: redes sociotécnicas e incertezas na redação de notícias por “robôs”. 2018. 117f. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) – Universidade Federal de Minas, Belo Horizonte, 2018.

G1. Polícia nega informações sobre 'serial killer' divulgadas em redes sociais. **g1**, 5 de agosto de 2014. Disponível em: <<https://g1.globo.com/goias/noticia/2014/08/policia-nega-informacoes-sobre-serial-killer-divulgadas-em-redes-sociais.html>>. Acesso em 10 mar. 2023.

GEIGER, Louis G. Muckrakers: then and now. **Journalism Quartely**, [s.l.], v. 43, n. 3, p. 469-476, 1966.

GERLI, Paolo. Municipal 5G bans during the Covid-19 pandemic: the case of Italy. **Digital Policy, Regulation and Governance**, [S.l.], v. 23, n. 6, p. 553-573, 2021.

GIACOMELLI, Ivan Luiz. Antecedentes do fotojornalismo. *In*: ENCONTRO NACIONAL DA HISTÓRIA DA MÍDIA DA REDE ALCAR, VII, 2009, Fortaleza. **Anais [...]**. Fortaleza: Rede Alcar, 2009.

GILLESPIE, Tarleton. A relevância dos algoritmos. **Parágrafo**, São Paulo, v. 6, n. 1, p. 95-121, jan.-abr. 2018a.

GILLESPIE, Tarleton. **Custodians of internet**: platforms, content moderation, and the hidden decisions that shape social media. New Haven; London: Yale University Press, 2018b.

GILLESPIE, Tarleton. Do not recommend? Reduction as a form of content moderation. **Social Media + Society**, [S.l.], p. 1-13, jul.-set. 2022.

GOOGLE. **Search Quality Evaluator Guidelines**. 2022. Disponível em: <https://static.googleusercontent.com/media/guidelines.raterhub.com/pt-BR/searchqualityevaluatorguidelines.pdf>. Acesso em 27 jul. 2022.

GRAVES, Lucas. Anatomy of a fact check: objective practice and the contested epistemology of fact checking. **Communication, Culture & Critique**, [S.l.], v. 10, n. 3, p. 518-537, set. 2017.

GRAVES, Lucas. Boundaries not drawn: mapping the institutional roots of the global fact-checking movement. **Journalism Studies**, [S.l.], v. 19, n. 5, p. 613-631, 2018.

GRAVES, Lucas; KONIECZNA, Magda. Sharing the news: journalistic collaboration as field repair. **International Journal of Communication**, [S.l.], v. 9, p. 1966-1984, 2015

GRAVES, Lucas; NYHAN, Brendan; REIFLER, Jason. Understanding innovations in journalism practice: a field experiment examining motivations for fact-checking. **Journal of Communication**, [S.l.], v. 66, p. 102-138, 2016.

GRÁVIDA de Taubaté. Criação, roteiro e apresentação: Chico Felitti. Edição e direção de som: Vitor Parolin. *In*: ALÉM do Meme. Criação, roteiro e apresentação: Chico Felitti. [S.l.]: Papel Pop; Um Milkshake Chamado Wanda, out. 2020. Disponível em: <https://open.spotify.com/episode/1PGIUHwSW0BXHDgg8f8Pg7?si=06cb3399f1c84444a>. Acesso em 28 jul. 2022.

GONÇALVES NETO, T; MENESES E DACORSO, S. T. O boom das fake news: o começo da era das mentiras. **Cadernos de Psicologia**, [S.l.], v. 1, n. 1, p. 589-608, jun. 2019.

GOTTFRIED, Jeffrey A. *et al.* Did fact checking matter in the 2012 Presidential Campaign? **American Behavioral Scientist**, [S.l.], v. 57, n. 11, p. 1558-1567, 2013.

GREIFENEDER, Rainer *et al.* What is new and true about fake news? *In*: GREIFENEDER, Rainer *et al.* (Edi.). **The psychology of fake news: accepting, sharing, and correcting misinformation**. London; New York: Routledge, 2021.

GROHMANN, Rafael. Plataformização do trabalho: entre a dataficação, financeirização e a racionalidade neoliberal. **Revista EPTIC**, [S.l.], v. 22, n. 1, jan-abr. 2020.

HABGOOD-COOTE, Joshua. Stop Talking about Fake News! **Inquiry: An Interdisciplinary Journal of Philosophy**, [S.l.], v. 62, n. 9, p. 1033-1065, 2019.

HAIGH, Maria; HAIGH; Thomas; KOZAK, Nadine I. Stopping fake news. **Journalism Studies**, [S.l.], v. 19, n. 14, p. 2062-2087, 2018.

HALL, Stuart *et al.* The social production of news. *In*: HALL, Stuart *et al.* **Policing the crisis: mugging, the State, and law and order**. London: Macmillan, 1982.

HAN, Byung-Chul. **Sociedade da transparência**. Petrópolis: Vozes, 2017.

HOLANDA, André Fabrício da Cunha. **Traduzindo o jornalismo para tablets com a Teoria Ator-Rede**. 2014. 310f. Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura Contemporâneas) – Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2014.

HUMPRECHT, Edda. Where ‘fake news’ flourishes: a comparison across four Western democracies. **Information, Communication & Society**, [S.l.], v. 22, n. 13, p. 1973-1988, 2019.

IOSIFIDIS, Petros; NICOLI, Nicholas. The battle to end fake news: a qualitative content analysis of Facebook announcements on how it combats disinformation. **The International Communication Gazette**, [S.l.], v. 82, n. 1, p. 60-81, 2019.

JANG, S. Mo; KIM, Joon K. Third-person effects of fake news: fake news regulation and media literacy interventions. **Computers in human behavior**, [S.l.], v. 80, p. 295-302, mar. 2018.

JORGE, Thaís de Mendonça. **Mutações no Jornalismo**: como a notícia chega à internet. Brasília: UnB, 2013.

JURNO, Amanda Chevtchouk. **Facebook e a plataformação do jornalismo**: uma cartografia das disputas, parceiras e controvérsias entre 2014 e 2019. 225f. Tese (Doutorado em Comunicação Social) – Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2020.

JURNO, Amanda Chevtchouk; DALBEN, Sílvia. Questões e apontamentos para o estudo de algoritmos. **Parágrafo**, São Paulo, v. 6, n. 1, p. 17-29, jan.-abr. 2018.

JURNO, Amanda Chevtchouk; D’ANDRÉA, Carlos. Entre parcerias, infraestruturas e produtos: Facebook Journalism Project e a plataformação do jornalismo. **Brazilian Journalism Research**, [S.l.], v. 16, n. 3, p. 505-525, 2021.

KHALDAROVA, Irina; PANTTI, Mervi. Fake news: the narrative battle over the Ukrainian conflict. **Journalism Practice**, [S.l.], v. 10, n. 7, p. 891-901, 2016.

KHURANA, Pooja; KUMAR, Deepak; KUMAR, Sanjev. Research of fake news spreading through Whatsapp. **International Journal of Innovative Technology and Exploring Engineering**, [S.l.], v. 8, n. 6S4, abr. 2019.

KOVACH; Bill; ROSENSTIEL, Tom. **The elements of Journalism**: what newspeople show know and the public should expect. New York: Crown, 2001.

KRUGER, Anne. Ahead of e-curve in fact checking and verification education: the University of Hong Kong’s Cyber News Verification Lab leads verification education in Asia. **Asia Pacific Media Educator**, [S.l.], v. 27, n. 2, p. 264-281, 2017.

LAGE, Nilson. **A reportagem**: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística. São Paulo: Record, 2008.

LAGE, Nilson. **Estrutura da notícia**. São Paulo: Ática, 1987.

LASWELL, Harold D. **Propaganda technique in World War I**. Cambridge, MA; London: MIT, 1971.

LATOUR, Bruno. **A esperança de Pandora**: ensaios sobre a realidade dos estudos científicos. Bauru, SP: Edusc, 2001.

LATOUR, Bruno. Gabriel Tarde and the end of the Social. *In*: JOYCE, Patrick (Ed.). **The Social in question**: new bearings in History and the Social Sciences. London: Routledge, 2002a, p. 117-132.

LATOUR, Bruno. **Investigação sobre os modos de existência**: uma antropologia dos Modernos. Petrópolis, RJ: Vozes, 2019.

LATOUR, Bruno. **Jamais fomos modernos**: ensaio de antropologia simétrica. Rio de Janeiro: 34, 1994.

LATOUR, Bruno. **Onde aterrar?** Como se orientar politicamente no Antropoceno. Rio de Janeiro: Bazar do Tempo, 2020.

LATOUR, Bruno. On recalling ANT. *In*: LAW, John; HASSARD, John. **Actor-network theory and after**. Oxford: Blackwell Publishers, 1999, p. 15-25.

LATOUR, Bruno. **Reagregando o social**. Salvador; Bauru, SP: Edufba; Edusc, 2012.

LATOUR, Bruno. **Reflexões sobre o culto moderno dos deuses fe(i)tiches**. Bauru, SP: EDUSC, 2002b.

LATOUR, Bruno. Uma sociologia sem objeto? Observações sobre a interobjetividade. **Revista-Valise**, Porto Alegre, v. 5, n. 10, p. 165-187, dez. 2015.

LE BON, Gustave. **Psicologia das multidões**. Lisboa: Roger Delraux, 1980.

LE BON, Gustave. **The crowd**: a study of the popular mind. New York: Penguin Books, 1977.

LEE, Kate Sangwon; WEI, Huaxin. Design factors of ethics and responsibility in social media: a systematic review of literature and expert review of guiding principles. **Journal of Media Ethics**, [S.l.], v. 37, n. 3, p. 156-178, 2022.

LEMOS, André. A construção do novo coronavírus. *In Vitro*. **Lab404**, 14 de março de 2020a. Disponível em: < <http://www.lab404.ufba.br/a-construcao-do-novo-coronavirus/>>. Acesso em 5 jan. 2023.

LEMOS, André. Dataficação da vida. **Civitas**: Revista de Ciências Sociais, [S.l.], v. 21, n. 2, p. 193-202, mai.-ago. 2021.

LEMOS, André. Epistemologia da comunicação, neomaterialismo e cultura digital. **Galáxia**, São Paulo, n. 43, p. 54-66, jan.-abr. 2020b.

LEMOS, André. Plataformas, Dataficação e Performatividade Algorítmica (PDPA): desafios atuais da cibercultura. *In*: PRATA, Nair; PESSOA, Sônia Caldas (Orgs.). **Fluxos comunicacionais e crise da democracia**. São Paulo: Intercom, 2020c, p. 107-116

LEMOS, André. Por um modo de existência do lúdico. **Contracampo**, Niterói, v. 32, n. 2, p. 4-17, 2015.

LEMOS, André; BITENCOURT, Elias. Sete pontos para compreender o neomaterialismo. **Galáxia**, São Paulo, n. 46, p. 1-10, 2021.

LEMOS, André; BITENCOURT, Elias; SANTOS, João Guilherme Bastos dos. Fake news as fake politics: the digital materialities of YouTube misinformation videos about Brazilian oil spill catastrophe. **Media, Culture & Society**, [S.l], v. 43, n. 3, p. 886-905, 2020.

LEMOS, André; OLIVEIRA, Frederico. Fake news e cadeias de referência: a desinformação sobre Covid-19 e o projeto de verificação do Facebook. **Fronteiras: estudos midiáticos**, [S.l], v. 23, n. 2, p. 73-88, mai.-ago. 2021.

LEMOS, André; REIS, Guilherme. Fake news e pandemia: uma análise de projetos governamentais brasileiros de checagem de fatos. **Lumina**, Juiz de Fora, v. 15, n. 3, p. 40-57, set.-dez. 2021.

LIGHT, Ben; BURGESS, Jean; DUGUAY, Stefanie. The walkthrough method: an approach to the study of apps. **New Media & Society**, [S.l], v. 20, n. 3, p. 881-900, 2018.

LIM, Chloe. Checking how fact checkers check. **Research and Politics**, [S.l], v.5, n. 3, p. 1-7, jul.-set. 2018.

LIPPMANN, Walter. **Liberty and the news**. Bethlehem: MediaStudies.Press, 2020.

LIPPMANN, Walter. **Public Opinion**. [S.l]: Start Publishing, 2015.

LIPPMANN, Walter. **The phantom public**. New Brunswick; London: Transaction Publishers, 1993.

LISCHKA, Juliane A. A badge of honor? How The New York Times discredits president Trump's fake news accusations. **Journalism Studies**, [S.l], v. 20, n. 2, p. 287-304, 2019.

LOTERO-ECHEVERRI, Gabriel; ROMERO-RODRÍGUEZ, Luis M.; PÉREZ-RODRÍGUEZ, M. Amor. 'Fact-checking' vs. 'Fake news': periodismo de confirmación como recurso de la competencia mediática contra la desinformación. **Index.comunicación**, [S.l], v. 8, n. 2, p. 295-316, 2018.

LOWREY, Wilson. The emergence and development of news fact-checking sites. **Journalism Studies**, [S.l], v. 18, n. 3, p. 376-394, 2017.

MACHADO, Caio C. Vieira *et al.* **Ciência contaminada**: analisando o contágio de desinformação sobre coronavírus via YouTube. Salvador: LAUT; INCT.DD; CEPEDISA, 2020. Disponível em: <https://laut.org.br/ciencia-contaminada.pdf?utm_source=twitter&utm_medium=social&utm_campaign=cincia_contaminada>. Acesso em 11 jan. 2023.

MAHL, Daniela; SCHÄFER, Mike S.; ZENG, Jing. Conspiracy theories in online environments: an interdisciplinary literature review and agenda for future research. **New Media & Society**, OnlineFirst, 8 de fevereiro de 2022.

MARÉS, Chico; BECKER, Clara; AFONSO, Nathália. No SBT, Bolsonaro erra ao comentar plano de governo de Haddad e Código Penal. **Aos Fatos**, 16 de outubro de 2018. Disponível em: < <https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/2018/10/16/bolsonaro-sbt-entrevista/> >. Acesso em 06 mar. 2019.

MARTINE, Thomas; DE MAEYER, Juliette. Networks of reference: rethinking objectivity theory in journalism. **Communication Theory**, [S.l.], v. 29, n. 1, p. 1-23, 2018.

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Teoria das mídias digitais: linguagens, ambientes e redes**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2015.

MARQUES DE MELO, José. Pensamento jornalístico: a moderna tradição brasileira. **Intercom**: RBCC, São Paulo, v. 30, n. 2, p. 15-40, jul.-dez. 2007.

MARQUES DE MELO, José; ASSIS, Francisco de. Gêneros e formatos jornalísticos: um modelo classificatório. **Intercom**: RBCC, São Paulo, v. 39, n. 1, p. 39-56, jan. - abr. 2016.

MAYER-SCHÖNBERGER, Viktor; CUKIER, Kenneth. **Big data: the essential guide to work, live and learning in the age of insight**. London: John Murray, 2013.

MCLUHAN, Herbert Marshal. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. Rio de Janeiro: Cultrix, 2002.

MEDINA, Cremilda de Araújo. **Entrevista: o diálogo possível**. São Paulo: Ática, 1986.

MEDINA, Cremilda. **Notícia: um produto à venda – jornalismo na sociedade urbana e industrial**. São Paulo: Summus, 1978.

MEIRICK, Patrick C. *et al.* To tell the truth: ad watch coverage, ad tone, and the accuracy of political advertising. **Political Communication**, [S.l.], v. 35, n. 3, p. 450-469, 2018.

MELO, Phillipe *et al.* Tratamento precoce no WhatsApp: relatório Monitor de WhatsApp: março de 2020 a junho de 2021. **Monitor de WhatsApp da UFMG**, 2021. Disponível em: < http://150.164.214.48/monitor-de-whatsapp/data/reports/pdfs/2020_03_a_2021_06_report_tematico_tratamento_precoce.pdf >. Acesso em 25 jan. 2023.

MELO, Phillipe *et al.* Relatório Eleições Presidenciais de 2018: relatório Monitor de WhatsApp. **Monitor de WhatsApp da UFMG**, 2020. Disponível em: < http://150.164.214.48/monitor-de-whatsapp/data/reports/pdfs/2018_06_report_geral_eleicao_presidencial.pdf >. Acesso em 25 jan. 2023.

MELO, Phillipe *et al.* Report WhatsApp TSE: Eleições. **Monitor de WhatsApp da UFMG**, 2022. Disponível em: <http://150.164.214.48/monitor-de-whatsapp/data/reports/pdfs/whatsapp_report_tse_eleicoes.pdf>. Acesso em 25 jan. 2023.

MELO, Philipe de Freitas *et al.* Can WhatsApp counter misinformation by limiting message forwarding? *In: CHERIFI, Hofine et al.* (Eds). **Complex networks and their applications VIII: Volume 1: Proceedings of the Eighth International Conference on Complex Networks and their application**. [S.l]: Springer, 2020.

MENACHERY, Vineet D. A SARS-like cluster of circulating bat coronaviruses shows potential for human emergence. **Nature Medicine**, [S.l], v. 21, p. 1508-1513, 2015.

MEYER, George *et al.* “Fake tan” or “fake news”? **i-Perception**, [S.l.], v. 11, n. 2, p. 1-5, 2020.

MILLER, Daniel (Ed.). **Materiality**. Durham; London: Duke University, 2005.

MINDICH, David T. Z. **Just the facts: how ‘objectivity’ came to define American journalism**. New York; London: New York University Press, 1998.

MIRÓ-LLINARES, Fernando; AGUERRI, Jesús C. Misinformation about fake news: A systematic critical review of empirical studies on the phenomenon and its status as a ‘threat’. **European Journal of Criminology**, [S.l], Online First, p. 1-12, 15 de abril de 2021.

MIRZA, Mohammad M.; SALAHM, Fahad E.; KARABIYIK, Umit. An Android case study on technical anti-forensic challenges of WhatsApp application. *In: INTERNATIONAL SYMPOSIUM ON DIGITAL FORENSICS AND SECURITY*, 8, 2020. **8th International Symposium on Digital Forensics and Security**, [S.l: s.n], jun. 2020.

MOLINA, Matias M.. **História dos jornais no Brasil: da era colonial à Regência (1500-1840)**. v. 1. São Paulo: Companhia das Letras, 2015.

MONACI, Sara. The pandemic of conspiracies in the COVID-19 age: how Twitter reinforces online infodemic. *Online Journal of Communication and Media Technologies*, [S.l], v. 11, n. 4, p. 1-11, 2021.

MORETZOHN, Sylvia Debossan. O terço do Papa e o que realmente importa. **Observatório da Imprensa**, [S.l], v. 992, 20 de junho de 2018. Disponível em: <<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/dilemas-da-imprensa/o-terco-do-papa-e-o-que-realmente-importa/>>. Acesso em 02 jun. 2020.

MOUILLAUD, Maurice; PORTO, Sérgio Dayrell. **O jornal: da forma ao sentido**. Brasília: UnB, 2012.

MURPHY, Gillian *et al.* False memories for fake news during Ireland’s abortion referendum. **Psychological Science**, [S.l.], v. 30, n. 10, p. 1449-1459, 2019.

MUKHERJEE, Rahul. Mobile witnessing on WhatsApp: vigilante virality and the anatomy of mob lynching. **South Asian Popular Culture**, [S.l], 2020. DOI: 10.1080/14746689.2020.1736810

NASCENTES, Antenor. **Dicionário de sinônimos**. Rio de Janeiro: Lexikon, 2018.

NILSON Papinho, o Vovô do Slime. Criação, roteiro e apresentação: Chico Felitti. Produção: Otávio Bonfá. Edição: Luan Alencar. *In*: ALÉM do Meme. Criação, roteiro e apresentação: Chico Felitti. [S.l.]: Papel Pop; Um Milkshake Chamado Wanda, 23 de maio de 2022. Disponível em: <https://open.spotify.com/episode/0eSIGTEJrIQQRANKVQbqaZ?si=29fcc8d8bf334f1a>. Acesso em 28 jul. 2022.

O'CONNOR, Callin; WEATHERALL, James Owen. **The misinformation age: how false beliefs spread**. New Haven; London: Yale University, 2019.

OLAN, Femi *et al.* Fake news on social media: the impact on society. **Information Systems Frontiers**, [S.l.], 19 de janeiro de 2022.

OLIVEIRA, Frederico Ramos. Definições de fake news no Intercom Nacional: análise dos trabalhos publicados entre 2015 e 2017. In: SANTOS, Andréa Pereira dos; GOMES, Suely Henrique de Aquino. (Org.). **A leitura e suas interfaces: imagem, imaginário e o viés literário**. 1ed.Goiânia: Gráfica UFG, 2018, v. 1, p. 89-100.

OLIVEIRA, Frederico. Fake news no WhatsApp: relações entre interface e formatos de circulação de conteúdos falsos. In: ENCONTRO VIRTUAL DA ABCIBER, 1, 2020. **Anais [...]**, São Paulo: Abciber, 2020, p.1-16. Disponível em: <<https://abciber.org.br/simposios/index.php/abciber/virtual2020/search/authors/view?firstName=Frederico&middleName=&lastName=Oliveira&affiliation=Laborat%C3%B3rio%20de%20Pesquisa%20em%20M%C3%83%C2%ADdia%20Digital%2C%20Redes%20e%20Espa%C3%A7o%20-%20Lab404%20Universidade%20Federal%20da%20Bahia&country=BR>>. Acesso em 04 jan. 2022.

OLIVEIRA, Frederico Ramos. Os voos do Pavão Misterioso: circulação de fake news no WhatsApp. In: ENCONTRO NORTE-NORDESTE DA ABCIBER, 2., 2019, Aracaju. Redes educativas e os desafios atuais da Cibercultura. **Anais [...]**. Aracaju: Unit, 2019. Disponível em: <<https://eventos.set.edu.br/index.php/abciber/article/view/13020>>. Acesso em 01 jun. 2020.

OMENA, Janna Joceli *et al.* The potentials of Google Vision API-based networks to study natively digital images. **Diseña**, [S.l.], v. 19, p. 1-25, ago. 2021.

ORTEGA Y GASSET, Jose. **A rebelião das massas**. [S.l.]: Ridendo Castigat Mores, 2001. Disponível em: <<http://www.dominiopublico.gov.br/download/texto/cv000060.pdf>>. Acesso em 10 jan. 2023.

PALAU-SAMPIO, Dolors. Factchecking and scrutiny of power: Supervision of public discourses in new media platforms from Latin America. **Communication & Society**, [S.l.], v. 31, n. 3, p. 347-365, 2018.

PARIKKA, Jussi. **A geology of media**. Minneapolis; London: University of Minnesota Press, 2015.

PARK, Robert E. The natural history of the newspaper. **The American Journal of Sociology**, [S.l.], v. 29, n. 3, p. 273-289, nov. 1923.

PARKS, Perry. An unnatural split: how ‘human interest’ sucks the life of significant news. **Media, Culture & Society**, [S.l.], v. 41, n. 8, p. 1128-1244, 2018.

PARKS, Perry. Textbook news values: stable concepts, changing choices. **Journalism & Mass Communication Quarterly**, [S.l.], v. 96, n. 3, p. 784-810, 2019.

PATERNOSTRO, Vera Íris. **O texto na TV: manual de telejornalismo**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

PATTERSON, Thomas E. **Informing the news: the need for knowledge-base-journalism**. New York; Toronto: Vintage, 2013.

PENA, Felipe. Jornalismo, a objetividade subjetiva. **Observatório da Imprensa**, [S.l.], n. 419, 6 de fevereiro de 2007. Não paginado.

PESQUISA sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos domicílios brasileiros: TIC domicílios 2017. São Paulo: Comitê Gestor da Internet, 2018. Disponível em: <https://cgi.br/media/docs/publicacoes/2/tic_dom_2017_livro_eletronico.pdf>. Acesso em 23 jul. 2019.

POELL, Thomas; NIEBORG, David; VAN DJICK, José. Plataformização. **Fronteiras: estudos midiáticos**, [S.l.], v. 22, n. 1, p. 2-10, jan.-abr. 2020.

POYNTER. **International Fact-Checking Network fact-checkers’ code of principles**. 15 de setembro de 2016. Disponível em: <<https://www.poynter.org/international-fact-checkingnetwork-fact-checkers-code-principles>>. Acesso em 13 mar. 2023.

PÖTTKER, Horst. News and its communicative quality: the inverted pyramid – When and why did it appear? **Journalism Studies**, [S.l.], v. 4, n. 4, p. 501-511, 2003.

RACHMANIAN, Emad. Fake news: a classification proposal and a future research agenda. **Spanish Journal of Marketing**, [S.l.], 10 out. 2022.

RATHORE, S. A. Deep web: the ‘dark’ side of IS. **RSIS Commentaries**, [S.l.], n. 275. Não paginado.

RECUERO, Raquel. **Introdução à análise de redes sociais online**. Salvador: Edufba, 2017. Disponível em: <<https://repositorio.ufba.br/bitstream/ri/24759/4/AnaliseDeRedesPDF.pdf>>. Acesso em 18 jan. 2023.

RECUERO, Raquel; GRUZD, Anatoliy. Cascatas de fake news: um estudo de caso do Twitter. **Galáxia**, São Paulo, n. 41, p. 31-47, mai.-ago. 2019.

REIS, Guilherme. **Fake news e pandemia: uma análise de projetos governamentais de checagem de fatos**. 2023. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura Contemporâneas) – Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2023.

RESENDE, Gustavo *et al.* A system for monitoring public political groups in WhatsApp. *In: SIMPÓSIO BRASILEIRO DE SISTEMAS MULTIMÍDIA E WEB*, 2018, Salvador. **Anais... WEBMEDIA**, 2018.

RESENDE, Gustavo *et al.* Analyzing textual (mis)information shared in WhatsApp groups. *In: ACM CONFERENCE ON WEB SCIENCE*, 2019, 11, Boston. **Proceedings... WebSci**, 2019a, v. 11.

RODRIGUES, A. D. O acontecimento. *In: TRAQUINA, N. (Org.). Jornalismo: questões, teorias e “estórias”*. [S.l.]: Vega, 1999.

ROLNIK, S. Toxicômanos de identidade: subjetividade em tempo de globalização. *In: LINS, D. S. (Org.). Cultura e subjetividade: saberes nômades*. Campinas: Papyrus, 1997

RUOKOLAINEN, Hilda; WIDÉN, Guinlla. Conceptualising misinformation in the context of asylum seekers. **Information Processing and Management**, [S.l.], v. 57, n. 3, 2020.

SAAD, Elizabeth. Da remediação à premediação: ou de como a sensação de imediatismo da sociedade digital dos anos 1990 evoluiu para um clima de contínua antecipação do futuro no século XXI: entrevista com Richard Grusin. **MATRIZES**, São Paulo, v. 7, n. 2, p. 163-172, jul.-dez. 2013.

SAKAMOTO, Felipe. Bolsonaro usa informação falsa ao criticar plano de governo do PT. Truco. **Agência Pública**, 05 de outubro de 2018. Disponível em: < <https://apublica.org/2018/10/truco-bolsonaro-usa-informacao-falsa-ao-criticar-plano-de-governo-do-pt/> >. Acesso em 06 mar. 2019.

SANTAELLA, Lucia. **A pós-verdade é verdadeira ou falsa?**. Barueri, SP: Estação das Letras e Cores, 2018.

SANTAELLA, Lucia. As irmãs siamesas fake news e pós-verdade expandidas nas deepfakes. **TECCOGS: Revista Digital de Tecnologias Cognitivas**, [S.l.], n. 23, jan.-jun. 2021a.

SANTAELLA, Lucia. **De onde vem o poder da mentira?**. Barueri, SP: Estação das Letras, 2021b.

SANTAELLA, Lúcia; NÖTH, Winfried. **Imagem: cognição, semiótica, mídia**. São Paulo: Iluminuras, 1998.

SANTAELLA, Lucia; KAUFMAN, Dora. Os dados estão nos engolindo? **Civitas: Revista de Ciências Sociais**, [S.l.], v. 21, n. 2, p. 214-223, mai.-ago. 2021.

SANTANA, Eder Luis. Entre travestis, medo da Aids e a Parada Gay: a nomeação LGBT pela páginas da Folha de S. Paulo. *In: ENCONTRO NACIONAL DOS PESQUISADORES DE JORNALISMO*, 16., 2019, São Paulo. **Anais [...]**. São Paulo: SBPJor, 2019. Disponível em: < <http://sbpjor.org.br/congresso/index.php/sbpjor/sbpjor2018/paper/view/1248> >. Acesso em 01 jun. 2020.

SEMINÁRIO Internacional Fake News e Eleições (Tarde). Tribunal Superior Eleitoral. 17 de maio de 2019. Disponível em: < <https://www.youtube.com/watch?v=Gxg-xM9VW9Q>>. Acesso em 10 mar. 2023.

SIBILIA, Paula. **O show do eu**: a intimidade como espetáculo. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008.

SCHAPALS, Aljosha Karim. Fake news. **Journalism Studies**, [S.l.], v. 12, n. 8, p. 976-985, 2018.

SCHMIDT, Aldo. **Fontes de notícias**: ações e estratégias das fontes no jornalismo. Florianópolis: Combook, 2011.

SCHUDSON, Michael. **Discovering the news**: a social history of American newspapers. New York: Basic Books, 1981.

SCHUDSON, Michael. Reluctant stewards: journalism in a democratic society. **Dædalus: the Journal of the American Academy of Arts & Sciences**, v. 142, n. 2, 2013.

SCHUDSON, Michael. The objectivity norm in American journalism. **Journalism**, [S.l.], v. 2, n. 2, p. 149-170, 2001.

SCHWARTZ, A. Brad. **Broadcast hysteria**: Orson Welles's War of the Worlds and the art of fake news. [S.l.]: Hill and Wang, 2016.

SCHWARCZ, Lilia Moritz; STARLING, Heloisa M. **A bailarina da morte**: a gripe espanhola no Brasil. São Paulo: Companhia das Letras, 2020.

SHAFI, Shuaib; RAVIKUMAR, Madhavi. Dynamics of Fake News Dissemination: A Case Study in the Indian context. **Media Watch**, [S.l.], v. 9, n. 1, p. 131-140, 2018.

SNIRCEK, Nick. **Platform capitalism**. Cambridge: Polity Press, 2017.

SODRÉ, Muniz; FERRARI, Maria Helena. **Técnica de reportagem**: notas sobre a narrativa jornalística. São Paulo: Summus, 1986.

SODRÉ, Nelson Werneck. **História da imprensa no Brasil**. Rio de Janeiro: Mauad, 1999.

SOUSA, Jorge Pedro. As histórias da imprensa de Nelson Werneck Sodré e José Manuel Tengarrinha: uma comparação. Covilhã: Universidade da Beira Interior, 2011.

SOUSA, Jorge Pedro. **Elementos do jornalismo impresso**. Porto: [S.n.], 2001. Disponível em: < <http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-elementos-de-jornalismo-impresso.pdf>>. Acesso em 10 mar. 2019.

SOUSA, Jorge Pedro. Tobias Peucer: progenitor da Teoria do Jornalismo. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, Florianópolis, v. 1, n. 2, p. 31-46, 2004.

SUSTEIN, Cass R. **On rumors**: how falsehoods spread, why we believe them; what can be done. New York: Farrar, Straus and Giroux, 2009.

TANDOC, Edson C. The facts of fake news: a research review. **Sociology Compass**, [S.l.], v. 13, n. 9, p. 1-9, 2019.

TANDOC, Edson C.; LIM, Zheng Wei; LING, Richard. Defining “Fake News”: a typology of scholarly definitions. **Digital Journalism**, [S.l.], v. 6, n. 2, p. 137-153, 2017.

TARDE, Gabriel de. **A opinião e as massas**. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade**: uma teoria social da mídia. Petrópolis, RJ: Vozes, 1998.

THORSON, Emily. Belief echoes: the persistent effects of corrected misinformation. **Political Communication**, [S.l.], v. 33, n. 3, p. 460-480, 2016.

TORRES, Russel; GERHART, Natalie; NEGAHBAN, Arash. Combating fake news: an investigation of information verification behaviors on social networking sites. In: HAWAII INTERNATIONAL CONFERENCE ON SYSTEM SCIENCES, 51, 2018, Waikoloa Village. Proceedings... HICSS, 2018, v. 51.

TRÄSEL, Marcelo. Jornalismo guiado por dados: relações da cultura hacker com a cultura jornalística. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, Florianópolis, v. 11, n. 1, p. 291-304, jan.-jun. 2014.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo**: a tribo jornalística: uma comunidade interpretativa transnacional. Florianópolis: Insular, 2005a. v. 2.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo**: porque as notícias são como são. Florianópolis: Insular, 2005b. v. 1.

TROTTER, Winfred. **Instincts of the herd in peace and war**. London: T. Fisher Unwin, 1921.

TUCHMAN, Gaye. Objectivity as strategic ritual: an examination of newsmen’s notions of objectivity. **American Journal of Sociology**, [S.l.], v. 77, n. 4, p. 660-679, jan. 1972.

UNITED STATES OF AMERICA. Public Law 104-104. **Telecommunications Act of 1996**. 104º Congresso dos Estados Unidos da América. Washington, 8 de fevereiro de 1996. Disponível em: < <https://www.congress.gov/104/plaws/publ104/PLAW-104publ104.pdf>>. Acesso em 29 jul. 2020.

USCINSKI, Joseph E. The epistemology of fact checking (is still naïve): rejoinder to Amazeen. **Critical Review**, [S.l.], v. 27, n. 2, p. 1-10, 2015.

USCINSKI, Joseph E.; BUTLER, Ryden W. The epistemology of fact checking. **Critical Review**, [S.l.], v. 25, n. 2, p. 162-180, 2013.

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

VAN DIJCK, José. Confiamos nos dados? As implicações da datificação para o monitoramento social. **MATRIZES**, São Paulo, v. 11, n. 1, p. 39-59, jan.-abr. 2017.

VAN DIJCK, José. Seeing the forest for the trees: visualizing platforms and the governance. **New Media & Society**, [S.l.], v. 23, n. 9, p. 2801-2819, 2020.

VAN DIJCK, José; DE WINKELL, Tim; SCHÄFER, Mirko Tobias. Deplatformization and the governance of the platform ecosystem. **New Media & Society**, [S.l.], Online First, 2021.

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

VARGO, Chris J.; GUO, Lei; AMAZEEN, Michelle A. The agenda-setting power of fake news: a big data analysis of the online media landscape from 2014 to 2016. **New Media & Society**, [S.l.], v. 20, n. 5, 2018.

VENTURINI, Tommaso. Diving in magma: how to explore controversies with actor-network theory. **Public Understanding of Science**, [S.l.], v. 19, n. 3, p. 258-273, 2010.

VIEWTRON. David Carlson's Virtual World. Interactive Media Lab. University of Florida. [201?]. Disponível em: <<http://iml.jou.ufl.edu/CARLSON/history/viewtron.htm>>. Acesso em 14 mar. 2023.

VOSOGUI, Soroush; ROY, Deb; ARAL, Sinan. The spread of true and false news online. **Science**, [S.l.], v. 359, n. 6380, p. 1146-1151, 2018.

WANG, Yuxi *et al.* Systematic Literature Review on the Spread of Health-related Misinformation on Social Media. **Soc Sci Med.**, [S.l.], v. 240, p. 1-12, 2019.

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

WARDLE, Claire; DERAKHSHAN, Hossein. Módulo 2: Reflexão sobre a “desordem de informação”: formatos da informação incorreta, desinformação e má-informação. *In*: IRETON, Cherilyn; POSETTI, Julie (Eds.). **Jornalismo, fake news e desinformação.** Paris: UNESCO, 2019.

WEBINAR Frente Digital: Todos contra fake news: liberdade de expressão online & estratégias de mitigação da desinformação. Frente Parlamentar Mista da Economia e Cidadania Digital. 1º de junho de 2020. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=qc1wX5r2yVU>>. Acesso em 31 dez. 2022.

WINSTON, Brian; WINSTON, Matthew. **The roots of fake news: objecting to objective journalism.** New York: Routledge, 2021.

WINTERSIECK, Amanda L. Debating the truth: the impact of fact-checking during

electoral debates. **American Political Research**, [S.l.], v. 45, n. 2, p. 304-331, 2017.

WHATSAPP. Mudanças no encaminhamento de mensagens. **Blog do WhatsApp**, 19 de julho de 2018. Disponível em: <https://blog.whatsapp.com/?lang=pt_br>. Acesso em 23 mai. 2022.

WHITTAKER, Jason. **Tech Giants, Artificial Intelligence, and the Future of Journalism**. New York: Routledge, 2019.

WOLFF, Ítalo. Serial Killer de Goiânia vai ao último júri popular. **Jornal Opção**, 14 de janeiro de 2023. Disponível em: <<https://www.jornalopcao.com.br/justica/serial-killer-de-goiania-vai-ao-ultimo-juri-popular-457650/>>. Acesso em 10 mar. 2023.

WU, You et al. Computational fact checking through query perturbations. **ACM Transactions on Database Systems**, [S.l.], v. 42, n. 1, p. 4:1-4:40, jan. 2017.

XU, Kuai *et al.* Detecting fake news over online social media via domain reputations and content understanding. **Tsinghua Science and Technology**, [S.l.], v. 25, n. 1, fev. 2020.

ZANNETTOU, Savvas *et al.* The web of false information: rumors, fake news, hoaxes, clickbait, and various other shenanigans. **ACM Journal of Data and Information Quality**, [S.l.], v. 11, n. 3, art. 10, p. 1-37, 2019.

ZHANG, Chaowei *et al.* Detecting fake news for reducing misinformation risks using analytics approaches. **European Journal of Operational Research**, [S.l.], n. 279, p. 1036-1052, 2019.

ZUBOFF, Shoshana. **A era do capitalismo de vigilância: a luta por um futuro humano na nova fronteira do poder**. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2020.

APÊNDICE A MÉTODOS DIGITAIS DE PESQUISA ADOTADOS

Dentre os desafios encontrados no desenvolvimento da pesquisa, estava a dificuldade de descrever a controvérsia do *kit gay*, iniciada há quase dez anos. A consulta a documentos oficiais, como as notas taquigráficas de reuniões da Câmara Federal, bem como o uso de textos jornalísticos foi adotada, mas não permitia que se recuperasse como tal polêmica se deu nas redes. Desse modo, optou-se pela coleta e análise de *tweets* públicos sobre a temática, raspagem realizada por meio de uma ferramenta em Python.

Coleta de *tweets*

Em 11 de junho de 2020, foram coletadas 2.092 postagens de contas verificadas no Twitter por meio da ferramenta *Twint*¹¹³, a partir da seguinte solicitação:

```
twint -s 'kit gay' --verified --lang pt --hashtag --count -o -kitverificado.csv --csv
```

Nesse caso,

- *twint* solicita ao computador que execute a referida aplicação;
- *-s [--search] 'kit gay'* indica que se deve buscar por *tweets* cujo conteúdo contenha as palavras grafadas entre aspas simples;
- *--verified* define que se deve buscar apenas postagens de perfis verificados;
- *--lang pt* estabelece que a coleta deve se restringir a *tweets* em português;
- *--hashtag* solicita que as *hashtags* sejam registradas em coluna específica;
- *--count* orienta o aplicativo a indicar a quantidade de *tweets* coletados;
- *-o [-output]* define que a consulta seja gravada em um arquivo;
- *--csv* solicita que o formato do arquivo seja *.csv* (valores separados por vírgulas).

Ainda por meio do *Twint* foram coletadas 289.524 postagens feitas no Twitter – sem restrição por tipo de usuário, a partir de solicitações que seguem o seguinte modelo:

```
twint -s "kit gay" --lang pt --since 2010-12-31 --year 2012-01-01
```

¹¹³ A documentação do *scraper* está disponível em <https://github.com/twintproject/twint>.

--hashtag -o kithistoria.csv -csv

Aqui,

- --since 2010-12-31 restringe a coleta aos *tweets* publicados após 31 de dezembro de 2010;
- --year 2012-01-01 limita a coleta aos *tweets* publicados antes de 01º de janeiro de 2010.

O mesmo procedimento foi repetido, a fim de coletar-se postagens realizadas entre 2011 e 2020. Como o volume de *tweets* é bastante elevado, tal estratégia buscou evitar erros na coleta. Cada arquivo *.csv* gerado foi inserido em um único banco de dados SQL, por meio do qual foram eliminados valores duplicados.

Tratamento de arquivo *csv* para visualização de redes

A fim de desenvolver a análise de redes relativas aos *tweets*, adequando o *corpus* às exigências do Gephi,

Etapas do tratamento no *PowerQuery* do Office 365:

- Separação da coluna *reply_to* em linhas, considerando como separador }, ;
- Com a ferramenta *Substituir valores*, apagar os seguintes caracteres: :, [, {, },], e os termos *user_id* e *username*;
- Colunas *date* e *time* mescladas em uma única coluna, denominada *timeset*, em que data e horário são apresentados no formato AAAA-MM-DD HH:MM;
- Criação de novo arquivo, apenas com as colunas *timeset*, *id*, *username*, *user_id*, *reply_to*, *id_replied_user*;
- Adaptação do novo arquivo ao formato solicitado pelo *Gephi*: uma planilha, com os nós da rede (cujas colunas são *id* e *label*) e as arestas (cujas colunas são *source* e *target*).

Webscraper

Embora a coleta dos textos de checagem publicados pelas agências tenha sido realizada manualmente, foi desenvolvido um protocolo para sua conferência, a fim de identificar se todos os conteúdos publicados tinham sido aqui considerados. Para tanto, fez-se uso do *Web Scraper*, extensão para o navegador Google Chrome que permite a raspagem de dados de alguns *sites*.

Vale destacar que as matérias jornalísticas aqui analisadas foram publicadas sem nenhuma restrição de acesso, como *paywalls*, e não são utilizadas nessa pesquisa com nenhuma

finalidade comercial. Desse modo, o uso da raspagem de dados não infringe direitos de propriedade intelectual, tampouco implica em infrações de ética em pesquisa.

Para a raspagem, é necessário indicar que elemento da página web se deseja copiar. Deste modo, indica-se, por meio de um *sitemap*, que tipos de elementos (*text*, *div*, *parent* etc.) devem ser obtidos. A coleta foi desenvolvida em 07 de outubro de 2021 nos *sites* do Aos Fatos e da Lupa, considerando os seguintes *sitemaps*:

Sitemap Aos Fatos – termo “coronavírus”

```
{ "_id": "novocovid19-af", "startUrl": ["https://www.aosfatos.org/search/?page=[1-43]&q=covid-19"], "selectors": [{"id": "retranca", "parentSelectors": ["_root"], "type": "SelectorElement", "selector": "a:nth-of-type(1)h3", "multiple": true, "delay": 0}, {"id": "titulo", "parentSelectors": ["_root"], "type": "SelectorText", "selector": ".entry-item-card-titlep", "multiple": true, "delay": 0, "regex": ""}, {"id": "link", "parentSelectors": ["_root"], "type": "SelectorLink", "selector": "a.entry-item-card", "multiple": true, "delay": 0}, {"id": "texto", "parentSelectors": ["link"], "type": "SelectorText", "selector": ".ck-article > p", "multiple": true, "delay": 0, "regex": ""}, {"id": "autoria", "parentSelectors": ["link"], "type": "SelectorText", "selector": "p.author", "multiple": false, "delay": 0, "regex": ""}, {"id": "date", "parentSelectors": ["link"], "type": "SelectorText", "selector": "div.publish-date", "multiple": false, "delay": 0, "regex": ""}] }
```

Sitemap Lupa – termo “coronavírus”

```
{ "_id": "covid19_luipa", "startUrl": ["https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/tag/covid-19/page/[1-96]/"], "selectors": [{"delay": 0, "id": "bloco", "multiple": true, "parentSelectors": ["_root"], "selector": ".internaPGN div.bloco", "type": "SelectorElement"}, {"delay": 0, "id": "titulo", "multiple": true, "parentSelectors": ["bloco"], "regex": "", "selector": ".bloco-title a", "type": "SelectorText"}, {"delay": 0, "id": "subtitulo", "multiple": false, "parentSelectors": ["bloco"], "regex": "", "selector": ".bloco-chamada a", "type": "SelectorText"}, {"delay": 0, "id": "imprementacao", "multiple": false, "parentSelectors": ["bloco"], "regex": "", "selector": "div.bloco-meta", "type": "SelectorText"}, {"delay": 0, "id": "autoria", "multiple": false, "parentSelectors": ["bloco"], "regex": "", "selector": "h4", "type": "SelectorText"}, {"delay": 0, "id": "abrir", "multiple": false, "parentSelectors": ["bloco"], "selector": ".bloco-title a", "type": "SelectorLink"}, {"delay": 0, "id": "tipo", "multiple": false, "parentSelectors": ["abrir"], "regex": "", "selector": "a.post-categoria-label", "type": "SelectorText"}, {"delay": 0, "id": "texto", "multiple": true, "parentSelectors": ["abrir"], "regex": "", "selector": "div.post-inner", "type": "SelectorText"}, {"delay": 0, "id": "datahora", "multiple": false, "parentSelectors": ["abrir"], "regex": "", "selector": "div.bloco-meta", "type": "SelectorText"}] }
```

Procedimentos de limpeza da tabela

Os dados coletados por meio da raspagem foram exportados em .csv (valores separados por vírgulas). Posteriormente, tal arquivo foi importado no Microsoft Excel 365, com

o apoio da ferramenta *PowerQuery*. As colunas foram renomeadas por conveniência, assim como a coluna ‘datahora’ foi excluída, pois era redundante.

Em cada matéria, a Lupa publica a data, hora e retranca da publicação separadas por uma barra vertical (|). Esses dados foram coletados pelo *WebScraper* na coluna ‘imprementa’, que foi dividida em três novas colunas a partir do supracitado delimitador. Feitos tais ajustes, a planilha foi “carregada” para a interface do Excel, na qual sofreu mais alterações. São elas: a integração entre as colunas ‘título’ e ‘abrir’ que, embora deveriam conter os mesmos dados, nem sempre atendem tal requisito. Desse modo, tais dados são reunidos em uma única coluna e, posteriormente, são eliminadas linhas duplicadas. No caso do Aos Fatos, a limpeza também foi realizada no Excel, sendo restrita a separação das colunas.

Google Vision

Dentre os atributos analisados pelo Google Vision, estão:

Coluna	Descrição
<i>Image_Location</i>	Caminho de arquivo.
<i>Image_From</i>	Indica se a imagem está hospedada em um <i>site</i> ou está no armazenamento local
<i>Image_BaseName</i>	Nome do arquivo
<i>GV_Success</i>	Indica se a análise da imagem foi completada ou se houve erro
<i>GV_Safe_Adult</i>	Likelihood <i>Represents the adult content likelihood for the image. Adult content may contain elements such as nudity, pornographic images or cartoons, or sexual activities.</i>
<i>GV_Safe_Spoof</i>	Likelihood <i>Spoof likelihood. The likelihood that an modification was made to the image's canonical version to make it appear funny or offensive.</i>
<i>GV_Safe_Medical</i>	Likelihood <i>Likelihood that this is a medical image.</i>
<i>GV_Safe_Violence</i>	Likelihood <i>Likelihood that this image contains violent content.</i>
<i>GV_Safe_Racy</i>	Likelihood <i>Likelihood that the request image contains racy content. Racy content may include (but is not limited to) skimpy or sheer clothing, strategically covered nudity, lewd or provocative poses, or close-ups of sensitive body areas.</i>
<i>GV_Face_Joy</i>	Likelihood <i>Joy likelihood.</i>

APÊNDICE B
CHECAGENS ANALISADAS – KIT GAY

	Publicação	Agência	Autoria	Título
P1	28/08/18	Aos Fatos	Ana Rita Cunha e Luiz Fernando Menezes	<i>Checamos as declarações de Bolsonaro no Jornal Nacional e na GloboNews</i>
P2	30/08/18	Lupa	Clara Becker	<i>#Verificamos: Imagem apresentada como 'capa do kit gay' não está no material</i>
P3	31/08/18	Aos Fatos	Texto não é assinado	<i>Imagens que mostram capa e conteúdo do chamado 'kit gay' são falsas</i>
P4	24/09/18	Aos Fatos	Alexandre Aragão	<i>Haddad nunca disse que cabe ao Estado decidir sexualidade de crianças</i>
P5	27/09/18	Lupa	Clara Becker	<i>#Verificamos: Vetada pelo TSE, declaração falsa atribuída a Haddad segue 'viva' nas redes sociais</i>
P6	28/09/18	Aos Fatos	Texto não é assinado	<i>'Mamadeiras eróticas' não foram distribuídas em creches pelo PT</i>
P7	04/10/18	Aos Fatos	Texto não é assinado	<i>Livro infantil que trata de incesto não foi distribuído pelo MEC na gestão Haddad</i>
P8	05/10/18	Aos Fatos	Luiz Fernando Menezes e Alexandre Aragão	<i>Na Record, Bolsonaro cita informação falsa sobre #elenão e Lei Rouanet</i>
P9	09/10/18	Aos Fatos	Judite Cypestre	<i>Manuela D'Ávila não prometeu que 'a bandeira LGBT tremulará junto com a brasileira'</i>
P10	10/10/18	Aos Fatos	Bernardo Moura e Judite Cypestre	<i>É falso que Haddad criou 'kit gay' para crianças de seis anos</i>
P11	12/10/18	Aos Fatos	Judite Cypestre e Bárbara Libório	<i>Checamos o que disse Bolsonaro na primeira semana após o primeiro turno</i>
P13	18/10/18	Aos Fatos	Judite Cypestre	<i>MEC não distribuiu 'kit satânico' para crianças; corrente no WhatsApp espalha boato de 2013</i>
P16	29/10/18	Aos Fatos	Tai Nalon, Ana Rita Cunha, Bárbara Libório e Luiz Fernando Menezes	<i>Na TV, Bolsonaro nega fatos que mostram que houve ditadura no Brasil</i>
P17	31/10/18	Lupa	Chico Marés, Leandro Resende e Nathália Afonso	<i>Erros e acertos de Bolsonaro nas primeiras entrevistas como presidente eleito</i>
P20	21/12/18	Aos Fatos	Texto não é assinado	<i>Tudo o que você precisa saber se ainda quiser sobreviver às discussões familiares no fim do ano</i>
P21	01/01/19	Aos Fatos	Ana Rita Cunha, Bárbara Libório, Bernardo Moura e Luiz Fernando Menezes	<i>Checamos as declarações de Jair Bolsonaro durante sua posse presidencial</i>
P24	05/09/19	Aos Fatos	Bruno Fávero	<i>É falso que Prefeitura de Fortaleza editou cartilha que incentiva pedofilia</i>
P27	05/09/19	Lupa	Maurício Moraes e Nathália Afonso	<i>Doria erra dados sobre compras da PM e recolhimento de apostilas em escolas</i>
P29	19/11/19	Lupa	Equipe Lupa	<i>Kit gay, seminário LGBT infantil e lei do incesto: exemplos de desinformação sobre educação sexual no Brasil</i>

TEXTOS DESPREZADOS

	Publicação	Agência	Autoria	Título
P18	01/11/17	Lupa	Tiago Aguiar	<u>Vídeo não mostra professoras obrigando menino a usar batom</u>
P12	15/10/18	Aos Fatos	Alexandre Aragão	<u>É falso que Fernando Haddad defendeu em livro sexo entre pais e filhos</u>
P15	27/10/18	Aos Fatos	Ana Rita Cunha	<u>Fato e ficção nas declarações de Bolsonaro na última semana de campanha</u>
P19	13/12/18	Aos Fatos	Luiz Fernando Menezes e Ana Rita Cunha	<u>Kit satânico, nazismo de esquerda, globalismo: investigamos o que já disseram ministros de Bolsonaro</u>
P14	19/12/18	Aos Fatos	Judite Cypreste	<u>Desvendamos as notícias falsas de Damares Alves contra a 'ideologia de gênero'</u>
P22	09/01/19	Lupa	Maurício Moraes e Nathália Afonso	<u>Erros e acertos de Damares Alves e Augusto Heleno, ministros de Jair Bolsonaro</u>
P23	29/03/19	Lupa	Clara Becker	<u>#Verificamos: É falso que Pablllo Vittar apresentará programa infantil na TV Globo</u>
P25	06/09/19	Aos Fatos	Luiz Fernando Menezes	<u>Desenhamos fatos sobre a 'ideologia de gênero'</u>
P26	09/09/19	Lupa	Maurício Moraes	<u>#Verificamos: É falso que livro adulto tenha sido vendido para crianças na Bienal do Rio</u>
P28	23/10/19	Aos Fatos	Amanda Ribeiro e Bruno Fávero	<u>Contra evidências, Joice diz no Roda Viva que não difundiu notícia falsa nas eleições</u>
P30	30/04/20	Aos Fatos	Luiz Fernando Menezes	<u>É falso que políticas educacionais da OMS incentivam a masturbação infantil</u>

CONTEÚDOS FALSOS ANALISADOS – KIT GAY

Os conteúdos falsos analisados estão disponíveis para consulta em:

https://drive.google.com/drive/folders/1p5df_6R6BmbotnDxUQQXt-do-1DI7BCS?usp=sharing.

Identificação do conteúdo					Aspectos formais					
ID	TIPO	COMPLETO	CONTEÚDO	DESCRIÇÃO GERAL	PLATAFORMA	LEGENDA	LINK	COMP	CAIXA ALTA	DETALHES
P2-1	CAPT	SIM	TEXTO E IMAGEM	Imagem postada no Facebook. Apresenta desenhos, sendo personagens do mesmo sexo beijando-se ou em ato sexual. Texto na imagem: “Kit-gay”. Legenda aponta que se trata da capa do referido material.	Facebook	Sim	Não	Público	Não	
P2-2	CAPT	NÃO	TEXTO E IMAGEM	Imagem postada no Facebook. Apresenta desenhos, sendo personagens do mesmo sexo beijando-se ou em ato sexual. Texto na imagem: “Kit-gay”. Legenda aponta que se trata da capa do referido material.	Facebook	Sim	Não	Público	Não	Legenda diferente, indica Haddad como pai do Kit Gay
P2-3	CAPT	SIM	TEXTO E IMAGEM	Imagem postada no Facebook. Apresenta desenhos, sendo personagens do mesmo sexo beijando-se ou em ato sexual. Texto na imagem: “Kit-gay”. Legenda aponta que se trata da capa do referido material.	Facebook	Sim	Não	Público	Não	Legenda coloca kit gay como algo de satanás
P2-4	CAPT	SIM	TEXTO E IMAGEM	Imagem postada no Facebook. Apresenta desenhos, sendo personagens do mesmo sexo beijando-se ou em ato sexual. Texto na imagem: “Kit-gay”. Legenda aponta que se trata da capa do referido material.	Postagem em blog	Sim	Não	Público	Não	Publicação em blog

Identificação do conteúdo					Aspectos formais					
ID	TIPO	COMPLETO	CONTEÚDO	DESCRIÇÃO GERAL	PLATAFORMA	LEGENDA	LINK	COMP	CAIXA ALTA	DETALHES
P3	CAPT	SIM	IMAGEM	Suposta capa do kit gay, com pessoas do mesmo sexo em relações amorosas. Há um carimbo, em que se lê "Aprovado pelo MEC". Marca do Projeto Escola sem Homofobia. Livros em que se lê "Menino brinca de boneca?", quadrinhos com diversos tipos de família	Postagem em blog	Não	Não	Público	Não	
P4	CAPT	Sim	TEXTO E IMAGEM	Foto de Haddad, como se desse entrevista. Texto da imagem: "Ao completar 5 anos de idade, a criança passa a ser propriedade do Estado! Cabe a nós decidir se menino será menina e vice-versa! Aos pais cabe acatar nossa decisão respeitosamente! Sabemos o que é melhor para as crianças! Fernando Haddad"	Facebook	Sim	Não	Público	NÃO	
P5-1	CAPT	SIM	TEXTO E IMAGEM	Foto de Haddad, como se desse entrevista. Texto da imagem: "Ao completar 5 anos de idade, a criança passa a ser propriedade do Estado! Cabe a nós decidir se menino será menina e vice-versa! Aos pais cabe acatar nossa decisão respeitosamente! Sabemos o que é melhor para as crianças! Fernando Haddad"	Facebook	Não	Não	Público	Não	
P5-2	CAPT	SIM	TEXTO E IMAGEM	Foto de Haddad, como se desse entrevista. Texto da imagem: "Ao completar 5 anos de idade, a criança passa a ser propriedade do Estado! Cabe a nós decidir se menino será menina e vice-versa! Aos pais cabe acatar nossa	Facebook	Sim	Não	Público	Não	Impropérios a Haddad

Identificação do conteúdo					Aspectos formais					
ID	TIPO	COMPLETO	CONTEÚDO	DESCRIÇÃO GERAL	PLATAFORMA	LEGENDA	LINK	COMP	CAIXA ALTA	DETALHES
				decisão respeitosamente! Sabemos o que é melhor para as crianças! Fernando Haddad"						
P5-3	CAPT	SIM	TEXTO E IMAGEM	Foto de Haddad, como se desse entrevista. Texto da imagem: "Ao completar 5 anos de idade, a criança passa a ser propriedade do Estado! Cabe a nós decidir se menino será menina e vice-versa! Aos pais cabe acatar nossa decisão respeitosamente! Sabemos o que é melhor para as crianças! Fernando Haddad"	Facebook	Sim	Não	Público	Não	Legenda "Seja bacharel em Teologia" e link
P5-4	CAPT	SIM	TEXTO E IMAGEM	Foto de Haddad, como se desse entrevista. Texto da imagem: "Ao completar 5 anos de idade, a criança passa a ser propriedade do Estado! Cabe a nós decidir se menino será menina e vice-versa! Aos pais cabe acatar nossa decisão respeitosamente! Sabemos o que é melhor para as crianças! Fernando Haddad"	Facebook	Sim	Não	Público	Não	Haddad defende que Estado decida sexualidade
P6	CAPT	SIM	VIDEO	Em vídeo, pai apresenta mamadeira cujo bico tem formato fálico, e diz que estariam sendo distribuídas em escolas públicas	Facebook	Sim	Não	Público	Não	
P9-1	CAPT	NÃO	TEXTO E IMAGEM	Manuela D'Ávila em fundo composto pela bandeira LGBTQIA+. Texto da imagem: Vice de Haddad garante: a bandeira LGBT tremulará junto com a brasileira, com a volta do PT	Postagem em blog	Não	Não	Público	Não	

Identificação do conteúdo					Aspectos formais					
ID	TIPO	COMPLETO	CONTEÚDO	DESCRIÇÃO GERAL	PLATAFORMA	LEGENDA	LINK	COMP	CAIXA ALTA	DETALHES
P9-2	CAPT	NÃO	TEXTO E IMAGEM	Manuela D'Avila em fundo composto pela bandeira LGBTQIA+. Texto da imagem: Vice de Haddad garante: a bandeira LGBT tremulará junto com a brasileira, com a volta do PT	Postagem em blog	Não	Não	Público	Não	
P10	CAPT	SIM	TEXTO E IMAGEM	Foto de Haddad, com vinhetas em preto abaixo e acima do candidato. Texto da imagem: Se você defende as crianças não vote nele Haddad é o criador do kit gay pra crianças de 6 anos	Facebook	SIM	Não	Público	Não	
P11	CAPT	NÃO	VIDEO	Matéria da TV Record, postada no canal de Bolsonaro durante as eleições, discutia a controvérsia do kit gay em 2011. Fez-se montagem, que dizia "Haddad Pai do Kit Gay"	Facebook	Não	Não	Público	Não	
P12	CAPT	NÃO	VIDEO	Vídeo postado no Facebook. Legenda indica "Masturbação infantil em creches atenção pais de Fortaleza e de todo Brasil!!!!	Facebook	Não	Não	Público	Não	

Referências

ID	ARGUMENTO	FONTE APRESENTADA	TIPO DE FONTE	APRESENTAÇÃO DA FONTE	TOM DO TEXTO
P2-1	Kit gay realmente existiu	Não se indica	Não se indica	Marca do projeto Escola sem homofobia	Texto de teor denunciante, aponta que se trata de conteúdo impróprio para crianças e convoca os leitores a não votarem em partidos de esquerda.
P2-2	Kit gay realmente existiu	Não se indica	Não se indica	Marca do projeto Escola sem homofobia	Texto de teor denunciante, aponta que se trata de conteúdo impróprio para crianças e convoca os leitores a não votarem em partidos de esquerda.

Referências

ID	ARGUMENTO	FONTE APRESENTADA	TIPO DE FONTE	APRESENTAÇÃO DA FONTE	TOM DO TEXTO
P2-3	Kit gay realmente existiu	Não se indica	Não se indica	Marca do projeto Escola sem homofobia	Texto de teor denunciista, aponta que se trata de conteúdo impróprio para crianças e convoca os leitores a não votarem em partidos de esquerda.
P2-4	Kit gay realmente existiu	Não se indica	Não se indica	Marca do projeto Escola sem homofobia	Texto de teor denunciista, aponta que se trata de conteúdo impróprio para crianças e convoca os leitores a não votarem em partidos de esquerda.
P3	Kit gay realmente existiu	Não se indica	Não se indica	Marca do projeto Escola sem homofobia	
P4	Haddad defende que Estado decida sexualidade	Não se indica	Não se indica	Card	Texto de teor denunciista, aponta que se trata de conteúdo impróprio para crianças e convoca os leitores a não votarem em partidos de esquerda.
P5-1	Haddad defende que Estado decida sexualidade	Não se indica	Não se indica	Card	Texto de teor denunciista, aponta que se trata de conteúdo impróprio para crianças e convoca os leitores a não votarem em partidos de esquerda.
P5-2	Haddad defende que Estado decida sexualidade	Não se indica	Não se indica	Card	Texto de teor denunciista, aponta que se trata de conteúdo impróprio para crianças e convoca os leitores a não votarem em partidos de esquerda.
P5-3	Haddad defende que Estado decida sexualidade	Não se indica	Não se indica	Card	Texto de teor denunciista, aponta que se trata de conteúdo impróprio para crianças e convoca os leitores a não votarem em partidos de esquerda.
P5-4	Haddad defende que Estado decida sexualidade	Não se indica	Não se indica	Card	Texto de teor denunciista, aponta que se trata de conteúdo impróprio para crianças e convoca os leitores a não votarem em partidos de esquerda.
P6	Kit gay realmente existiu	Não se indica	Não se indica	Video	Denunciista
P9-1	Governo PT defenderá apenas os gays	Não se indica	Não se indica	Blog	Denunciista
P9-2	Governo PT defenderá apenas os gays	Não se indica	Não se indica	Blog	Denunciista
P10	Haddad criou o kit gay	Não se indica	Não se indica	Público	Denunciista
P11	Haddad criou o kit gay	Matéria Record	Haddad, Bolsonaro	Público	Texto jornalístico
P12	Sexualização nas escolas	Não se indica	Não se indica	Público	Denunciista

APÊNDICE C
CHECAGENS ANALISADAS – VAZA JATO

	Publicação	Agência	Autoria	Título
P1	10/06/19	Aos Fatos	Bruno Fávero	<u>É falsa conversa em que Moro pede a Dallagnol que barre candidatura de Haddad</u>
P2	10/06/19	Aos Fatos	Amanda Ribeiro	<u>Glenn Greenwald e David Miranda não foram acusados de atentar contra segurança do Reino Unido</u>
P3	10/06/19	Lupa	Nathália Afonso	<u>#Verificamos: É falso diálogo em que Moro diz a Dallagnol que sentença de Lula 'já está combinada'</u>
P4	10/06/19	Lupa	Maurício Moraes	<u>#Verificamos: Mourão não pediu punição a Moro após reportagem sobre conversas em aplicativo</u>
P5	12/06/19	Lupa	Nathália Afonso	<u>#Verificamos: É falso que OAB pediu o fim da Operação Lava Jato</u>
P7	13/06/19	Aos Fatos	Ana Rita Cunha	<u>Telegram não disse que hackers alteraram mensagens vazadas da Lava Jato</u>
P8	13/06/19	Lupa	Nathália Afonso	<u>#Verificamos: É falso que Glenn Greenwald ligou 17 vezes para Adélio Bispo no dia do atentado</u>
P9	13/06/19	Lupa	Nathália Afonso	<u>#Verificamos: É verdadeiro que Dallagnol chamou Greenwald de 'renomado jornalista'</u>
P10	13/06/19	Lupa	Maurício Moraes	<u>#Verificamos: É falso que Greenwald e Miranda foram acusados de 'atentar contra a segurança no Reino Unido'</u>
P11	13/06/19	Lupa	Maurício Moraes	<u>#Verificamos: Imagem faz acusações falsas contra Glenn Greenwald, David Miranda e Jean Wyllys</u>
P12	13/06/19	Lupa	Maurício Moraes	<u>#Verificamos: Telegram não disse que hacker manipulou conversas entre Moro e Dallagnol</u>
P13	14/06/19	Lupa	Nathália Afonso	<u>#Verificamos: É falso que presidente da OAB se reuniu com deputados de esquerda antes de pedir afastamento de Moro e Dallagnol</u>
P14	14/06/19	Lupa	Maurício Moraes	<u>#Verificamos: É falsa conta de Paulo Guedes no Twitter que criticou Greenwald</u>
P15	24/06/19	Aos Fatos	Luiz Fernando Menezes	<u>Senador Contarato não disse que Lava Jato deveria ser anulada</u> https://www.aosfatos.org/noticias/haddad-nunca-disse-que-cabe-ao-estado-decidir-sexualidade-de-criancas/
P16	24/06/19	Aos Fatos	Luiz Fernando Menezes	<u>Reportagens de The Intercept não trazem mensagem de Dallagnol a Moro sobre caso triplex</u>
P17	25/06/19	Aos Fatos	Luiz Fernando Menezes	<u>Não há fontes que provem existência de áudio em que Moro xinga Bolsonaro</u>
P19	08/07/19	Lupa	Chico Marés	<u>#Verificamos: É falso tuíte de Jean Wyllys que cita 'acordo' com jornalista do The Intercept</u>
P20	08/07/19	Aos Fatos	Luiz Fernando Menezes	<u>Wyllys não postou tweet com críticas a Greenwald e sobre suposto acordo com jornalista</u>
P21	24/07/19	Aos Fatos	Luiz Fernando Menezes	<u>É falso que Glenn Greenwald foi preso pela PF ao embarcar em aeroporto</u>

	Publicação	Agência	Autoria	Título
P22	24/07/19	Lupa	Nathália Afonso	<u>#Verificamos: É falso que Glenn Greenwald foi preso em aeroporto pela Polícia Federal</u>

TEXTOS DESPREZADOS

	Publicação	Agência	Autoria	Título
P6	12/06/19	Lupa	Cristina Tardáguila	<u>Vazamento de mensagens faz membros da Lava Jato temerem onda de 'fake news'</u>
P18	04/07/19	Lupa	Chico Marés	<u>#Verificamos: Moro não disse que teria que 'prender deputados' e 'fechar Congresso'</u>
P23	26/07/19	Lupa	Chico Marés	<u>Deputados do PSL e da esquerda crescem em redes sociais e acirram polarização política</u>
P24	07/10/19	Lupa	Maurício Moraes	<u>#Verificamos: É falsa capa de Veja que diz que Moro 'enganou milhões de brasileiros'</u>
P25	09/11/19	Aos Fatos	Ana Freitas, Bruno Fávero e Luiz Fernando Menezes	<u>Checamos o discurso de Lula no Sindicato dos Metalúrgicos do ABC um dia após ser solto</u>
P26	26/12/19	Lupa	Nathália Afonso	<u>Capas, diplomas e tuites: as fakes que circularam sobre os ministros de Bolsonaro</u>
P27	31/07/19	Lupa	Cristina Tardáguila	<u>E se a vítima de fake news não colabora (tanto) com os checadores?</u>

CONTEÚDOS FALSOS ANALISADOS – VAZAJATO

Identificação do conteúdo					Aspectos formais					
ID	TIPO	COMPLETO	CONTEÚDO	DESCRIÇÃO GERAL	PLATAFORMA	LEGENDA	LINK	COMP	CAIXA ALTA	DETALHES
P1	CAPT	SIM	TEXTO E IMAGEM	Captura de tela do Twitter. Foto de Sérgio Moro segurando o queixo, reflexivo. Texto da legenda: "Em meio aos ataques na Câmara, Sérgio Moro dispara: "Se eu falar a verdade vou ter que prender todos e fechar o congresso"	Facebook	Não	Não	Público	Não	
P2	CAPT	NÃO	APENAS TEXTO	Captura de tela do Twitter. "Não foi isso o acordo @ggreenwald, não tenho nada a ver com a merda que vc está fazendo, não posso sair prejudicado com isso, abri mão de muita coisa pra viver em exílio. O acordo não foi esse. Se me ferrar eu ferro também, não tenho mais nada a perder."	Twitter	Sim	Não	Público	Não	
P3	CAPT	SIM	TEXTO E IMAGEM	Captura de tela do Facebook. Apresenta um diálogo entre Moro e Dallagnol sobre o julgamento do ex-presidente Lula.	Facebook	Não	Não	Público	Não	
P4	CAPT	SIM	TEXTO E IMAGEM	Captura de tela do Facebook. Na foto, Gleen Greenwald em preto e branco com a seguinte afirmação "Inimigo do Brasil. Gravíssimo. Gleen usa Intercept pra tentar emplacar narrativa pró Lula usando arquivos coletados ilegalmente."	Facebook	Sim	Não	Público	Não	
P5	CAPT	SIM	APENAS TEXTO	Captura de tela do Twitter. Perfil fake do aplicativo Telegram	Twitter	Sim	Sim	Público	Não	

Identificação do conteúdo					Aspectos formais					
ID	TIPO	COMPLETO	CONTEÚDO	DESCRIÇÃO GERAL	PLATAFORMA	LEGENDA	LINK	COMP	CAIXA ALTA	DETALHES
				postou um comunicado. "brasil, 11/06/2019. Informamos a todos, que conferindo nossos arquivos das conversas, entre autoridades do brasil, admitimos que foram mudadas o textos por rackers, e não corresponde a verdade, já providenciamos a documentação para qualquer informação para as autoridades do brasil, assim que convocados."						
P6	CAPT	SIM	TEXTO E IMAGEM	Captura de tela do Facebook. Na foto é atribuída a fala "A lavajato é uma árvore podre e deve ser anulada. Todos os julgamentos e condenações ao senador Fábio Contarato	Facebook	Sim	Não	Público	Não	
P7	CAPT	SIM	TEXTO E IMAGEM	Captura de tela do Facebook. Imagem relata diálogo entre Moro e Dallagnol. "Deltan diz a Moro: não temos provas quanto ao Triplex. Moro responde: não se preocupe, faz a denúncia que eu aceito e condeno!"	Facebook	Sim	Não	Público	Não	
P8	CAPT	SIM	APENAS TEXTO	Captura de tela do Twitter. "Gleen Greenward foi detido pela PF no aeroporto. Ele já tinha despachado 11 malas no check in da American Airlines. Seus 3 advogados tinham prontos habeas corpus preventivos. Um dos advogados é o Zanin, o mesmo de Lula!"	Twitter	Sim	Não	Público	Não	
P9	CAPT	SIM	APENAS IMAGEM	Captura de tela do Facebook. A primeira imagem mostra uma	Facebook	Sim	Não	Público	Não	

Identificação do conteúdo					Aspectos formais					
ID	TIPO	COMPLETO	CONTEÚDO	DESCRIÇÃO GERAL	PLATAFORMA	LEGENDA	LINK	COMP	CAIXA ALTA	DETALHES
				multidão na entrada da Polícia Federal. A segunda imagem apresenta policiais federais em operação em um aeroporto.						
P10	CAPT	SIM	APENAS TEXTO	Captura de tela do Facebook. No texto "Em um áudio moro diz: será esse imbecil o presidente? Dallagnol responde: infelizmente esta ameoba é a única escolha (O BOZO)."	Facebook	Não	Não	Público	Não	

Referências

ID	ARGUMENTO	FONTE APRESENTADA	TIPO DE FONTE	APRESENTAÇÃO DA FONTE	TOM DO TEXTO
P1	Aponta que Moro sabe crimes de políticos	Não se indica	Não se indica	Foto de Sérgio Moro	Texto de teor denunciata e heróico
P2	Aponta que Jean Wyllys e Greenwald possuem algum tipo de acordo que não foi cumprido	Não se indica	Não se indica		Teor denunciata
P3	O diálogo aponta que Moro e Dallagnol tinham o interesse de impedir a candidatura de Lula	Não se indica	Não se indica		Teor heróico
P4	A publicação afirma que o Intercept é uma ferramenta utilizada para apoiar Lula no Brasil	Não se indica	Não se indica	Foto de Gleen Greenwald	Teor denunciata
P5	Tweet de uma conta falsa aduz que	Não se indica	Não se indica		Teor heróico

Referências

ID	ARGUMENTO	FONTE APRESENTADA	TIPO DE FONTE	APRESENTAÇÃO DA FONTE	TOM DO TEXTO
	existem ataques por hackers que alteraram o conteúdo de mensagens do aplicativo				
P6	Fala de Senador sobre a operação Lava Jato sobre as provas do processo	Não se indica	Não se indica	Foto de Fábio Contarato	Texto denunciata
P7	Suposto acordo entre Moro e Dallagnol para a condenação de Lula	Não se indica	Não se indica	Foto de Sérgio Moro	Texto denunciata
P8	Gleen estaria tentando fugir do país e foi preso pela Polícia Federal.	Não se indica	Não se indica		Texto informativo
P9	Gleen estaria tentando fugir do país e foi preso pela Polícia Federal.	Não se indica	Não se indica		Texto informativo
P10	Em diálogo, Moro e Dallagnol comentam sobre Bolsonaro	Não se indica	Não se indica		Texto informativo

APÊNDICE D

CHECAGENS ANALISADAS – COVID-19

A Covid-19, como eminente fato social, implicou na circulação de uma plethora de conteúdos falsos. Isso influencia a composição do *corpus* da presente pesquisa. Foram 233 checagens do Aos Fatos e 386 da Lupa, completando 619 textos analisados. Em função da quantidade de conteúdos, optou-se pela disponibilização on-line da listagem de matérias checadas e, também, das próprias publicações. Deste modo, garante-se maior facilidade de análise do *corpus*, assim como reduz-se o consumo de papel.

O quadro está disponível em:
https://docs.google.com/spreadsheets/d/1BIKJ3VsH29KFh_RzuHAzFrjiGGyzAZHN/edit?usp=sharing&ouid=106139434674731335502&rtpof=true&sd=true

CONTEÚDOS FALSOS ANALISADOS – COVID-19

WHATSAPP E CHECAGENS

Considerando o número significativo de conteúdos falsos relacionados à Covid-19 analisados nesta tese (100 imagens oriundas do WhatsApp e 254 relativas às checagens), optou-se pela disponibilização on-line da matriz de análise. Tal iniciativa, além de contribuir para a redução do consumo de papel, facilita a utilização destes dados.

A matriz de análise está disponível em: https://docs.google.com/spreadsheets/d/18PP-nbKvXc848VfZ_EBloYqCjgPJXX7YOzJza_-NHhg/edit?usp=sharing

APÊNDICE E
DIÁRIO DE CAMPO

Etapa	Problema	Solução adotada
Coleta de checagens sobre o <i>kit gay</i>	No documento P1, apenas parte do texto discute diretamente o <i>kit gay</i> e temas correlatos.	Análise considera somente trecho que trata do <i>kit gay</i> e temas correlatos.
Coleta de checagens sobre o <i>kit gay</i>	No documento P8, apenas parte do texto discute diretamente o <i>kit gay</i> e temas correlatos.	Análise considera somente trecho que trata do <i>kit gay</i> e temas correlatos.
Coleta de checagens sobre o <i>kit gay</i>	No documento P11, apenas parte do texto discute diretamente o <i>kit gay</i> e temas correlatos.	Análise considera somente trecho que trata do <i>kit gay</i> e temas correlatos.
Coleta de checagens sobre o <i>kit gay</i>	No documento P12, discute-se suposta publicação de livro defendendo o incesto por Fernando Haddad.	Documento desconsiderado em função do escopo da pesquisa.
Coleta de checagens sobre o <i>kit gay</i>	No documento P14, discute-se a ideologia de gênero, tema correlato. Não se trata de uma checagem, mas sim de reportagem.	Documento desconsiderado em função do escopo da pesquisa.
Coleta de checagens sobre o <i>kit gay</i>	No documento P15, apenas parte do texto discute diretamente o <i>kit gay</i> e temas correlatos.	Análise considera somente trecho que trata do <i>kit gay</i> e temas correlatos.
Coleta de checagens sobre o <i>kit gay</i>	No documento P16, apenas parte do texto discute diretamente o <i>kit gay</i> e temas correlatos.	Análise considera somente trecho que trata do <i>kit gay</i> e temas correlatos.
Coleta de checagens sobre o <i>kit gay</i>	No documento P17, apenas parte do texto discute diretamente o <i>kit gay</i> e temas correlatos.	Análise considera somente trecho que trata do <i>kit gay</i> e temas correlatos.
Coleta de checagens sobre o <i>kit gay</i>	No documento P18, discute-se suposto caso em que professoras teriam forçado aluno a passar batom.	Documento desconsiderado em função do escopo da pesquisa.
Coleta de checagens sobre o <i>kit gay</i>	No documento P19, discute-se suposta erotização infantil estatal, tema correlato. Não se trata de uma checagem, mas sim de reportagem	Documento desconsiderado em função do escopo da pesquisa.
Coleta de checagens sobre o <i>kit gay</i>	No documento P20, apenas parte do texto discute diretamente o <i>kit gay</i> e temas correlatos.	Análise considera somente trecho que trata do <i>kit gay</i> e temas correlatos.
Coleta de checagens sobre o <i>kit gay</i>	No documento P21, apenas parte do texto discute diretamente o <i>kit gay</i> e temas correlatos.	Análise considera somente trecho que trata do <i>kit gay</i> e temas correlatos.
Coleta de checagens sobre o <i>kit gay</i>	No documento P22, discute-se ideologia de gênero, tema correlato.	Documento desconsiderado em função do escopo da pesquisa.
Coleta de checagens sobre o <i>kit gay</i>	No documento P23, discute-se suposto programa infantil a ser apresentado por Pabllo Vittar	Documento desconsiderado em função do escopo da pesquisa.

Etapa	Problema	Solução adotada
Coleta de checagens sobre o <i>kit gay</i>	No documento P25, discute-se a ideologia de gênero. Trata-se, também, de checagem em quadrinhos.	Documento desconsiderado em função do escopo da pesquisa.
Coleta de checagens sobre o <i>kit gay</i>	No documento P26, discute-se sobre <i>graphic novel</i> com beijo <i>gay</i> supostamente vendida para crianças.	Documento desconsiderado em função do escopo da pesquisa.
Coleta de checagens sobre o <i>kit gay</i>	No documento P28, discute-se o <i>kit gay</i> como uma das <i>fake news</i> difundidas por Joyce Hasselmann durante a campanha eleitoral.	Documento desconsiderado em função do escopo da pesquisa. A checagem pauta declarações da deputada no Roda Viva, sem considerar o <i>kit gay</i> em si.
Coleta de checagens sobre o <i>kit gay</i>	No documento P29, apenas parte do texto discute diretamente o <i>kit gay</i> e temas correlatos.	Análise considera somente trecho que trata do <i>kit gay</i> e temas correlatos.
Coleta de checagens sobre o <i>kit gay</i>	No documento P30, discute-se o suposto incentivo da OMS à masturbação infantil.	Documento desconsiderado em função do escopo da pesquisa.
Coleta de checagens sobre a Vaza Jato	No documento P6, discute-se as <i>fake news</i> relacionadas à Vaza Jato. Contudo, não se trata de checagem, mas sim de reportagem.	Documento desconsiderado em função do escopo da pesquisa.
Coleta de checagens sobre a Vaza Jato	No documento P18, discute-se suposta fala de Moro, em que este afirmaria que fecharia o Congresso.	Documento desconsiderado em função do escopo da pesquisa.
Coleta de checagens sobre a Vaza Jato	No documento P23, discute-se a circulação de <i>fake news</i> sobre a Vaza Jato promovida por deputados do PSL. Contudo, não se trata de checagem, mas sim de reportagem.	Documento desconsiderado em função do escopo da pesquisa.
Coleta de checagens sobre a Vaza Jato	No documento P24, discute-se a veracidade de suposta capa da revista Veja apontando que Moro teria enganado os brasileiros.	Documento desconsiderado em função do escopo da pesquisa.
Coleta de checagens sobre a Vaza Jato	No documento P25, discute-se declarações feitas pelo ex-presidente Lula em discurso assim que recebeu liberdade.	Documento desconsiderado em função do escopo da pesquisa.
Coleta de checagens sobre a Vaza Jato	No documento P26, discute-se a circulação de <i>fake news</i> sobre ministros do governo Bolsonaro. Contudo, não se trata de checagem, mas sim de reportagem.	Documento desconsiderado em função do escopo da pesquisa.
Coleta de checagens sobre a Vaza Jato	No documento P27, discute-se a suposta falta de colaboração de Gleen Greenwald com as agências de checagem. Contudo, não se trata de checagem, mas sim de editorial.	Documento desconsiderado em função do escopo da pesquisa.
Coleta das publicações que originaram as checagens sobre o <i>kit gay</i>	Os textos dos documentos P1, P7, P11, P16, P17, P21 verificam as afirmações de políticos em programas de TV e eventos.	Não se analisou os conteúdos que deram origem à checagem, já que não foram compartilhados em redes sociais digitais.

Etapa	Problema	Solução adotada
Coleta das publicações que originaram as checagens sobre o <i>kit gay</i>	Não se apresenta, nas checagens P7, P13 e P20, as publicações nas redes sociais digitais que deram origem às checagens.	Como não é possível encontrar os conteúdos originários, tal análise não foi desenvolvida.
Coleta de <i>fake news</i> sobre o <i>kit gay</i> que circularam no WhatsApp	O documento P1-3 é uma sátira.	Não se considerou tal documento na análise.
Coleta de checagens sobre a Covid-19	Os textos dos documentos P29, verificam as afirmações de políticos em discursos, redes sociais, programas de TV e eventos.	Análise considera somente trecho que trata a Covid-19 e temas correlatos.
Coleta de checagens sobre a Covid-19	Ao longo da cobertura da pandemia, novas palavras-chave foram utilizadas para indexar os conteúdos sobre a Covid-19. São termos como ‘coronavac’, ‘vacina contra o novo coronavírus’, ‘vacina’ e ‘vacina de oxford’, por exemplo.	Não se considerou outros termos criados ao longo da cobertura, de forma que esses documentos não compõem o <i>corpus</i> desta tese. Tal decisão busca garantir um critério único de seleção das checagens. Ademais, o <i>corpus</i> atual já é volumoso e permite compreender como afirmações sobre a pandemia foram verificadas.
Análise das checagens sobre a Covid-19	No documento P76, duas fontes especialistas entrevistadas por outro veículo são apresentadas.	Indicou-se, por meio do código CT.FTP.ENOT, que a fonte foi entrevistada por outro veículo.
Análise das checagens sobre a Covid-19	O documento P150 é uma checagem que verifica se a OMS recomenda masturbação de crianças	Documento desconsiderado em função do escopo da pesquisa.
Análise das checagens sobre a Covid-19	O documento P177 verifica suposta enquete política publicada pela Globo News no Twitter	Documento desconsiderado em função do escopo da pesquisa.
Análise das checagens sobre a Covid-19	O documento P190 verifica protesto contra ACM Neto e Dória	Documento desconsiderado em função do escopo da pesquisa.
Análise das checagens sobre a Covid-19	O documento P199 checa se Dilma Roussef teria comemorado a demissão de Mandetta	Documento desconsiderado em função do escopo da pesquisa.
Análise das checagens sobre a Covid-19	O documento P223 verifica suposta pesquisa eleitoral pesquisada pela CNN no Twitter	Documento desconsiderado em função do escopo da pesquisa.
Análise das checagens sobre a Covid-19	O documento P264 analisa declarações de Bolsonaro durante reunião ministerial	Análise considera somente trecho que trata a Covid-19 e temas correlatos.
Análise das checagens sobre a Covid-19	O documento P280 avalia afirmações de Witzel em entrevista.	Documento desconsiderado em função do escopo da pesquisa.
Análise das checagens sobre a Covid-19	O documento P299 checa a qualidade da saúde pública nos governos do PT	Documento desconsiderado em função do escopo da pesquisa.
Análise das checagens sobre a Covid-19	O documento P316 verifica se a cloroquina foi mesmo descoberta por um cientista paraense	Documento desconsiderado em função do escopo da pesquisa.
Análise das checagens sobre a Covid-19	O documento P318 afere declarações de Bolsonaro após vídeo de reunião ministerial.	Análise considera somente trecho que trata a Covid-19 e temas correlatos.

Etapa	Problema	Solução adotada
Análise das checagens sobre a Covid-19	O documento P323 checa se militares favoráveis a Augusto Heleno foram presos pelo governador do Maranhão	Documento desconsiderado em função do escopo da pesquisa.
Análise das checagens sobre a Covid-19	O documento P369 verifica se um baile <i>funk</i> ocorreu após decisão do STF que proibia operações policiais durante a pandemia.	Documento desconsiderado em função do escopo da pesquisa.
Análise das checagens sobre a Covid-19	Os documentos P335, P381 e P642 são duplicatas.	Não se considerou tais documentos na análise.
Análise das checagens sobre a Covid-19	O documento P394 analisa se Bolsonaro pediu apresentação de jogo de futebol na Record no horário do Jornal Nacional.	Documento desconsiderado em função do escopo da pesquisa.
Análise das checagens sobre a Covid-19	O documento P406 verifica se o aborto foi aprovado no Brasil durante a pandemia.	Documento desconsiderado em função do escopo da pesquisa.
Análise das checagens sobre a Covid-19	O documento P429 investiga se é verdade que a Igreja Universal do Reino de Deus cancelou reuniões de cura durante a pandemia de Covid-19	Documento desconsiderado em função do escopo da pesquisa.
Análise das checagens sobre a Covid-19	O documento P433 verifica se um motorista de ônibus foi agredido por ter solicitado que um passageiro usasse máscara	Documento desconsiderado em função do escopo da pesquisa.
Análise das checagens sobre a Covid-19	O documento P438 verifica se o aborto foi aprovado no Brasil durante a pandemia.	Documento desconsiderado em função do escopo da pesquisa.
Análise das checagens sobre a Covid-19	O documento P441 identifica se é verdadeira suposta afirmação de Kim Katagiri de que iria visitar o presidente chinês quando a pandemia terminasse.	Documento desconsiderado em função do escopo da pesquisa.
Análise das checagens sobre a Covid-19	O documento P443 avalia a existência de boicote contra produtos chineses em Santa Catarina	Documento desconsiderado em função do escopo da pesquisa.
Análise das checagens sobre a Covid-19	O documento P447 verifica vídeo de suposta ação de traficantes.	Documento desconsiderado em função do escopo da pesquisa.
Análise das checagens sobre a Covid-19	O documento P450 checa a veracidade da afirmação de que Bolsonaro havia encontrado R\$ 600 milhões escondidos no Banco Central do Brasil	Documento desconsiderado em função do escopo da pesquisa.
Análise das checagens sobre a Covid-19	O documento P457 checa entrevista de Rodrigo Maia sobre temas gerais.	Análise considera somente trecho que trata a Covid-19 e temas correlatos.
Análise das checagens sobre a Covid-19	O documento P462 verifica se empresas argentinas fecharam durante a pandemia de Covid-19	Documento desconsiderado em função do escopo da pesquisa.
Análise das checagens sobre a Covid-19	O documento P473 é uma duplicata.	Não se considerou tal documento na análise.

Etapa	Problema	Solução adotada
Análise das checagens sobre a Covid-19	O documento P483 verifica vídeo em que criminosos estariam empunhando armas numa comunidade carioca, indicando que se tratava de resultado de decisão do STF.	Documento desconsiderado em função do escopo da pesquisa.
Análise das checagens sobre a Covid-19	O documento P485 checa se a atriz Letícia Spiller teria dito que bolsonaristas merecem morrer de fome ou de Covid-19.	Documento desconsiderado em função do escopo da pesquisa.
Análise das checagens sobre a Covid-19	Os documentos P505 e P528 verificam se é verdade que Dória vendeu empresas estatais à China	Documento desconsiderado em função do escopo da pesquisa.
Análise das checagens sobre a Covid-19	O documento P510 checa afirmações de Paulo Guedes, ministro da Economia, em audiência no Congresso	Análise considera somente trecho que trata a Covid-19 e temas correlatos.
Análise das checagens sobre a Covid-19	O documento P521 analisa se homem que é hostilizado por estar sem máscara é Lula	Documento desconsiderado em função do escopo da pesquisa.
Análise das checagens sobre a Covid-19	O documentos P523, P524, P529, P535, P556, P569, P596, P597, P637 e P638 são do projeto Caiu na Rede, não sendo de autoria de repórteres da Lupa.	Documentos desconsiderados em função do escopo da pesquisa.
Análise das checagens sobre a Covid-19	O documento P526 é uma duplicata.	Não se considerou tal documento na análise.
Análise das checagens sobre a Covid-19	O documento P527 verifica afirmações de Bolsonaro em discurso na ONU.	Análise considera somente trecho que trata a Covid-19 e temas correlatos.
Análise das checagens sobre a Covid-19	O documento P532 checa se cobras infláveis em instalação artística em BH são homenagem à China.	Documento desconsiderado em função do escopo da pesquisa.
Análise das checagens sobre a Covid-19	O documento P540 é uma síntese de checagens desenvolvidas por Aos Fatos sobre a vacina contra a Covid-19.	Por tratar-se de formato que não é checagem, foi desconsiderado.
Análise das checagens sobre a Covid-19	Os documentos P547, P563, P590, P591, P592 e P601 checam orientações sanitárias do TSE para a eleição de 2020.	Documentos desconsiderados em função do escopo da pesquisa
Análise das checagens sobre a Covid-19	O documento P552 verifica se a China tem o monopólio da resina plástica ou teria comprado toda a safra de soja brasileira de 2020 até 2022.	Documento desconsiderado em função do escopo da pesquisa
Análise das checagens sobre a Covid-19	O documento P555 checa se poema sobre 'tempestade' é de 1800.	Documento desconsiderado em função do escopo da pesquisa
Análise das checagens sobre a Covid-19	O documento P566 analisa se a Índia realmente abriu processo contra a China solicitando ressarcimento financeiro em função da Covid-19.	Documento desconsiderado em função do escopo da pesquisa

Etapa	Problema	Solução adotada
Análise das checagens sobre a Covid-19	O documento P583 verifica afirmações da candidata à Prefeitura de São Paulo, Vera Lúcia, em sabatina.	Documento desconsiderado em função do escopo da pesquisa
Análise das checagens sobre a Covid-19	O documento P595 checa se o jornalista Guga Chacra chorou com o resultado das eleições estadunidenses.	Documento desconsiderado em função do escopo da pesquisa
Análise das checagens sobre a Covid-19	O documento P604 verifica se a vacina contra H1N1 aplicada no Brasil é fabricada pela Sinovac.	Documento desconsiderado em função do escopo da pesquisa
Análise das checagens sobre a Covid-19	O documento P608 analisa se Boulos teria dito que, caso eleito, iria obrigar o acolhimento de pessoas em situação de rua em quartos vazios de residências particulares.	Documento desconsiderado em função do escopo da pesquisa
Análise das checagens sobre a Covid-19	O documento P654 investiga se o “carro do sapo” indica retorno da China à normalidade.	Documento desconsiderado em função do escopo da pesquisa

INSERÇÃO EM GRUPOS PÚBLICOS DE DEBATE POLÍTICO

A inserção do pesquisador em grupos favoráveis a Bolsonaro foi um caminho sinuoso, iniciado em 12 de maio de 2019. A ideia era identificar e descrever conteúdos falsos que circulam nesses espaços sobre o *kit gay* e universidades públicas brasileiras. Inicialmente, acessou-se canais públicos no Telegram, como o “Exército Bolsonaro” (<https://t.me/bolsonaronews>) e outros recuperados a partir da ferramenta de busca do aplicativo – como termo de pesquisa foi utilizado o substantivo “Bolsonaro”. O pesquisador adentrou esses canais e grupos¹¹⁴ no Telegram e percebeu que, nas conversas, muitos membros indicavam *links* para outros grupos dentro do próprio aplicativo ou no WhatsApp.

Um caso interessante se deu em 13 de maio: um membro do canal “Exército Bolsonaro” enviou uma mensagem privada ao pesquisador pelo Telegram, contendo a mensagem apresentada a seguir. O canal indicado tem, atualmente, 174 membros, e está entre os considerados nessa análise. Vale apontar que a mesma dinâmica se deu no WhatsApp: o pesquisador foi inserido, sem ter solicitado, em um novo grupo, criado a partir de dissidências entre membros de outra comunidade.

Jesus vem (13/05/2019, 00:50:04).
Grupo do Bolsonaro
@GrupoJB

O primeiro grupo que o pesquisador adentrou no WhatsApp foi o “Zap Bolsonaro”. O *link* para acesso é disponibilizado em um *site* (<https://zapbolsonaro.com>) – são mais de 100 grupos, existindo grupos por cidade, por gênero, estado e temáticas. Infere-se que o grande número de grupos resulta das limitações do WhatsApp¹¹⁵, que estabelece um número máximo de membros por grupo. No entanto, o “Zap Bolsonaro” funciona mais como uma lista de transmissão, visto que apenas administradores podem enviar mensagens. “Dessa forma MANTEMOS O FOCO e evitamos postagens de marketing, postagens pornográficas,

¹¹⁴ No Telegram, os canais podem ser configurados de modo que os membros possam realizar comentários. No entanto, também existem grupos específicos, que serão apresentados nessa análise. De forma semelhante, também existem grupos no WhatsApp em que apenas administradores podem realizar postagem e que funcionam como listas de transmissão.

¹¹⁵ Em 2018, diante do compartilhamento de conteúdos falsos e alegando defender a privacidade do usuário, o WhatsApp reduziu a quantidade máxima de pessoas para quem se pode encaminhar uma mensagem: apenas a cinco usuários. Assim, a empresa buscava conter a viralização de conteúdos. (WHATSAPP, 2018).

discussões desnecessárias, e principalmente criadores de confusões”, justificam os administradores na descrição do grupo.

A partir dos canais do Telegram e do próprio “Zap Bolsonaro” foi possível a inserção do pesquisador em outros grupos, a partir de *links* compartilhados pelos membros. No Quadro 1, apresenta-se os canais e grupos analisados, bem como suas características. Importa destacar que a natureza diversa dos aplicativos (Telegram e WhatsApp) oferece possibilidades diversas aos usuários.

Canais do Telegram permitem que novos usuários acessem mensagens postadas antes de adentrem ao grupo. Alguns possibilitam que se consulte quem faz parte do grupo, enquanto outros não são configurados com tal permissão. Os grupos do WhatsApp, por sua vez, não permitem que o novo usuário veja mensagens antigas, tampouco permitem esconder quem são os membros. Há, contudo, a possibilidade de criação de grupos em que apenas administradores fazem postagens e que funcionam como listas de reprodução – caso do “Zap Bolsonaro”. Vale apontar que, nas listas de reprodução, um usuário só recebe as mensagens se o número de quem envia tal conteúdo estiver registrado em seus contatos.

No Quadro 1, são listados canais e grupos considerados nessa análise. A seguir, apresenta-se uma descrição de alguns conteúdos falsos que circularam nesses espaços. Busca-se focar como esses conteúdos são apresentados, excluindo-se, nessa primeira etapa, a análise de vídeos relacionados às temáticas.

Quadro 1 – Canais e grupos considerados na análise

	Nome	Natureza	Membros**	Descrição	Link
Telegra	Exército Bolsonaro	Canal	17.653	Sejam bem vindos! Grupo dedicado a Notícias do governo Bolsonaro. Entre para o canal de notícias: https://t.me/bolsonaro2018 Regras https://telegra.ph/IMPORTANTE-04-09-2	https://t.me/bolsonarone ws
	Bolsonaro Presidente	Canal	4.299	Sejam bem vindos! Grupo dedicado a Notícias do governo Bolsonaro. Entre para o canal de notícias: https://t.me/bolsonaro2018 Regras https://telegra.ph/IMPORTANTE-04-09-2	https://t.me/bolsonaro2018
	Bolsonaro Guerreiro	Canal	1.266	Regras do Grupo 1- Sem ofensas 2- Sem pornografia 3- Sem promover o comunismo 4- Sem imagens ou videos fortes 5- Sem palavras de baixo calão 6- Sem brigas, sem correntes Não cumpriu, É BAN!	Sem <i>link</i> público
	Grupo Bolsonaro	Canal	133	Grupo conservador [FOI EXCLUÍDO EM 25/05/2019]	Sem <i>link</i> público
WhatsA	#5 ZAPBOLSONARO.COM	Grupo	257	O Grupo Zap Bolsonaro foi criado em Outubro de 2018 para ajudar na campanha do Presidente Jair Bolsonaro.	https://chat.whatsapp.com/invite/8ZBKgyJIWx8

(criado em 13 de setembro de 2018)			Atualmente temos mais de 100 grupos no WhatsApp, todos fechados. Ou seja, não há troca de mensagens entre os membros. Dessa forma MANTEMOS O FOCO e evitamos postagens de marketing, postagens pornográficas, discussões desnecessárias, e principalmente criadores de confusões. Hoje temos mais de 10.000 pessoas cadastradas nos grupos, que recebem nossas postagens diariamente! Visite: ZapBolsonaro.com	BwbxgCuD X6r
Direita x Esquerda (criado em 31 de março de 2019)	Grupo	161	Bolsonaro presidente	Sem <i>link</i> público
Polêmica e política (criado em 7 de outubro de 2017)			SEJA TODOS BEM VINDOS	
Comunismo aqui não (criado em 20 de fevereiro de 2019)	Grupo	84	Regras para os Bolsonarianos 😎 😎 O Objetivo é compartilharmos informações sobre a presidência, combatendo as mentiras e a mídia da esquerda também. 😎 Postagens contra o governo *não* serão aceitas, acarretando assim, na exclusão. 😎 Pedimos que evitem sair do objetivo do grupo. 😎 Um pouco de descontração (humor) não faz mal a ninguém, desde que moderado. 😎 Respeito sempre em primeiro lugar. 😎 Estritamente proibido propaganda e violência com pessoas e animais. Será excluído sem notificação 🙅🙅	Sem <i>link</i> público
PPTD ARENA DE DEBATE 🗣️ (criado em 17 de maio de 2019)	Grupo	157	🗣️ Política e Notícias 🙅 Favor respeitar os participantes 🚫 Proibido teorias de conspiração ou que negam a Ciência 🚫 Proibido conteúdo sexista, racista, lgbtfóbico ou que propague intolerância religiosa 🚫 Proibido flood de figurinhas	Sem <i>link</i> público
PURSSNPTD – PPTD (criado em 15 de maio de 2019)	Grupo	228	Grupo para ideia e argumentos políticos O Partido Democrático Trabalhista (PPTD) é um partido político brasileiro de esquerda. Foi fundado em 2019, é alinhado às ideologias trabalhista, socialista democrática e social-democrata. 🗣️ Política e Notícias 🙅 Favor respeitar os participantes 🚫 Proibido teorias de conspiração ou que negam a Ciência 🚫 Proibido conteúdo sexista, racista, lgbtfóbico ou que propague intolerância religiosa 🚫 Proibido flood de figurinhas	Sem <i>link</i> público

	Cabaré do Bozonaro (criado em 8 de janeiro de 2019)	Grupo	88	Grupo para debates políticos, respeito mútuo de ambos os lados.	Sem <i>link</i> público
--	---	-------	----	---	-------------------------

* Membros dos grupos em 24 de maio de 2019, às 9h.

Fonte: elaborado pelo pesquisador, 2019.

APÊNDICE F

LIVRO DE CÓDIGOS PARA ANÁLISE DE CHECAGENS SOBRE A COVID-19

Dimensões da análise:

- Formato “checagem” [FT]
- Conteúdo da checagem [CT]
- Rotinas produtivas e apuração [RT]

1 – FORMATO “CHECAGEM”

- Título [FT.TIT]
- Autoria [FT.AUT]
 - Função [FT.AUT.FUNC]
- Imprensa
 - Data [FT.DAT]
 - Hora [FT.HOR]
 - Local de publicação [FT.LOC]
- Lead [FT.LID]
- Conteúdo a ser verificado – *inclui somente a descrição do conteúdo* [FT.CVE]
 - Captura de tela [FT.CVE.CAPT]
- Afirmação verificada [FT.AVE]
- Legenda do conteúdo checado [FT.LEG]
- Resumo [FT.RES]
- *Disclaimer* do Projeto de Verificação do Facebook [FT.FAC]
- *Disclaimer* da metodologia [FT.DCMT]
- *Disclaimer* do Projeto de Verificação do IFCN [FT.IFCN]
- Contraditório [FT.CONT]
- Atualização da matéria [FT.ATU]
- Editor da matéria [FT.EDI]
- Correção da matéria [FT.COR]
- Referências da matéria [FT.REF]

2 – CONTEÚDO DA CHECAGEM

- Noticiabilidade [CT.NOT]

- Convênio com o Facebook [CT.NOT.FACE]
- Número de compartilhamentos [CT.NOT..COMP]
- LupaAqui [CT.NOT.LUPA]
- Fátima no WhatsApp [CT.NOT.FATI]
- Declaração de pessoa pública [CT.NOT.DECL]
- Suíte [CT.NOT.ST]
- Conteúdo a ser verificado
- Tipo [CT.TIP]
 - Mensagem no WhatsApp [CT.TIP.WHAT]
 - Postagem no Facebook [CT.TIP.FACE]
 - Postagem em *blog* [CT.TIP.BLOG]
 - Vídeo no YouTube [CT.TIP.YOUT]
 - Publicação no Instagram [CT.TIP.INSTA]
 - Declaração de pessoa pública [CT.TIP.DECL]
 - Matéria na imprensa tradicional [CT.TIP.IMPR]
 - Postagem no Twitter [CT.TIP.TWIT]
- Tema [CT.TEM]
 - Pessoa pública [CT.TEM.PUBL]
 - Assuntos sobre pessoa privada [CT.TEM.PRIV]
 - Pessoa jurídica [CT.TEM.EMPR]
 - Tema política [CT.TEM.POLI]
 - Características do vírus [CT.TEM.VIRU]
 - Características da Covid-19 [CT.TEM.COVI]
 - Fraudes [CT.TEM.FRAU]
 - Dimensões da Covid-19 [CT.TEM.DIME]
 - Economia [CT.TEM.ECON]
 - Origens da Covid-19 [CT.TEM.ORIG]
 - Prevenção [CT.TEM.PREV]
 - Tratamento [CT.TEM.TRAT]
 - Isolamento social [CT.TEM.ISOL]
 - Economia [CT.TEM.ECON]
 - Teorias conspiratórias [CT.TEM.TEOR]
 - Corrupção relacionada ao enfrentamento da Covid-19 [CT.TEM.CORR]
 - Vacina [CT.TEM.VACI]

- Fonte
 - Tipo de fonte [CT.FTP]
 - Oficial [CT.FTP.OFIC]
 - Órgão internacional [CT.FTP.OFIC.IN]
 - Órgão federal [CT.FTP.OFIC.FE]
 - Órgão estadual [CT.FTP.OFIC.ES]
 - Órgão municipal [CT.FTP.OFIC.MU]
 - Nota [CT.FTP.OFIC.NO]
 - Sentença [CT.FTP.SENT]
 - Legislação [CT.FTP.LEGIS]
 - Diário Oficial [CT.FTP.DIOFIC]
 - Perfil em redes sociais [CT.FTP.PEFOFIC]
 - Portaria / Nota técnica [CT.FTP.NOTOFIC]
 - Banco de dados [CT.FTP.BDOFIC]
 - Conversa do WhatsApp [CT.FTP.WHATOF]
 - Oficiosa [CT.FTP.OFSA]
 - Órgão internacional [CT.FTP.OFSA.IN]
 - Órgão federal [CT.FTP.OFSA.FE]
 - Órgão estadual [CT.FTP.OFSA.ES]
 - Órgão municipal [CT.FTP.OFSA.MU]
 - Independente [CT.FTP.INDE]
 - Institucional [CT.FTP.INSTI]
 - Comunicado [CT.FTP.INSTI.COM]
 - E-mail / Nota [CT.FTP.INSTI.NOT]
 - Site [CT.FTP.INSTI.SIT]
 - Conversa no WhatsApp [CT.FTP.INSTI.WHA]
 - Perfil em redes sociais [CT.FTP.INSTI.PEF]
 - Jornal empresarial / house organ [CT.FTP.INSTI.JOR]
 - Especialista [CT.FTP.ESPE]
 - Conselhos e órgãos de classe [CT.FTP.ESPE.CON]
 - Instituição científica [CT.FTP.ESPE.INS]
 - Parecer [CT.FTP.ESPE.PAR]
 - Jornalística

- Portal noticioso [CT.FTP.PNOT]
- Programa de TV [CT.FTP.PGTV]
- Banco de dados [CT.FTP.BD]
- Twitter [CT.FTP.TNOT]
- Entrevista concedida a outro veículo [CT.FTP.ENOT]
- Instituto de pesquisa [CT.FTP.INJO]
- Científica [CT.FTP.CIEN]
 - Apostila [CT.FTP.CIEN.APO]
 - Universidade [CT.FTP.CIEN.UNI]
 - Instituto de Pesquisa [CT.FTP.CIEN.INS]
 - Base de dados [CT.FTP.CIEN.BDA]
 - Fundação de Apoio [CT.FTP.CIEN.FAP]
 - Periódico científico [CT.FTP.CIEN.PER]
 - Tuite de pesquisador [CT.FTP.CIEN.TT]
 - *Digest* [CT.FTP.CIEN.DG]
 - Ferramenta [CT.FTP.CIEN.FE]
 - Pesquisa acadêmica [CT.FTP.CIEN.PS]
 - Preprint [CT.FTP.CIEN.PRE]
 - Carta [CT.FTP.CIEN.CART]
 - Gestor de bibliografias [CT.FTP.CIEN.GBIB]
 - Perfil de pesquisador em rede social [CT.FTP.CIEN.PF]
- Fonte consultada por outro veículo [CT.FTP.OTVE]
- Testemunhal [CT.FTP.TEST]
- Documental [CT.FTP.DOCU]
 - Tipo de documento
 - Bula [CT.FTP.DOC.BL]
 - Vídeo no YouTube [CT.FTP.DOC.YT]
 - Resolução [CT.FTP.DOC.RS]
 - Site [CT.FTP.DOC.SI]
 - Google Maps [CT.FTP.DOC.GM]
 - Banco de dados [CT.FTP.DOC.BD]
 - Previsão tempo [CT.FTP.DOC.TP]

- Lojas de aplicativos [CT.FTP.DOC.APP]
- Wiki [CT.FTP.DOC.WK]
- Thread no Reddit [CT.FTP.DOC.RD]
- Site especializado [CT.FTP.DOC.SIT]
- Perfis em redes sociais [CT.FTP.DOC.PF]
- Vídeo [CT.FTP.DOC.VID]
- Postagem em rede social
 - Twitter [CT.FTP.DOC.TW]
- Banco de dados [CT.FTP.DOC.BC]
 - Base de patentes [CT.FTP.DOC.BC.PAT]
- Identificação da fonte [CT.IDE]
 - Nome da fonte [CT.IDE.NOME]
 - Afiliação [CT.IDE.AFIL]
 - Cargo [CT.IDE.CARG]
 - Formação [CT.IDE.FORM]
 - Erro na indicação [CT.IDE.ERRO]
- O que comprova que a fonte disse realmente aquilo [no caso da *Lupa*, as declarações das fontes são comprovadas por meio de capturas de tela de e-mails encaminhados, sonoras etc.].
 - Captura de tela [CT.CPT]
 - E-mail
 - Site institucional
 - Nota
 - Sonora [CT.SON]
- Autoreferência [AUTO]
- Metodologia [MET]
 - Busca reversa [MET.BUS]
 - Google Street View [MET.GSW]
 - Busca no Google [MET.GOG]
 - Busca no Twitter [MET.BTW]
 - Captura de tela [MET.CPT]
 - Não indicada [MET.NID]
 - Tradução [MET.TRAD]

- Telefonema [MET.TEL]
- Falha na metodologia [MET.FAL]
- Entrevista [MET.ENT]
- Cálculos / Dados [MET.DAD]
- Crowdtangle [MET.CRW]
- Checado por outros:
 - 20 Minutes [CH.20]
 - AAP [CH.AAP]
 - ABC [CH.ABC]
 - AFP [CH.AFP]
 - AFP Fact Check [CH.AFC]
 - AFP Filipinas [CH.AFI]
 - AFP Franca [CH.AFr]
 - Africa Check [CH.AFK]
 - AltNews [CH.ALT]
 - Animal [CH.AN]
 - Animal Político [CH.AL]
 - Associated Press [CH.AP]
 - Aos Fatos [CH.AF]
 - Bahia contra o *fake* [CH.BCF]
 - Bahia Notícias [CH.BN]
 - Boatos.org [CH.BO]
 - Bolívia Verifica [CH.BV]
 - Boom FactCheck [CH.BOOM]
 - BBC [CH.BBC]
 - Bufale [CH.BUF]
 - *Buzzfeed* [CH.BZ]
 - CBS [CH.CBS]
 - *Chequado* [CH.CH]
 - *CheckNews* [CH.CN]
 - ColombiaCheck [CH.CC]
 - Comprova [CH.CP]
 - Conjur [CH.CJur]
 - Correctiv [CH.CRR]
 - *Dawn* [CH.DW]
 - *Demagog* [CH.DE]
 - *Diez* [CH.DZ]
 - *E-Farsas* [CH.EF]
 - *El Clarín* [CH.ECI]
 - Ellinika Hoaxes [CH.EH]
 - Estadão Verifica [CH.EV]
 - FactCheck [CH.FC]
 - Facta [CH.FCA]
 - Factly [CH.FL]
 - Faktograf [CH.FKT]
 - FastCheck [CH.FsC]
 - Fato ou Fake [CH.Fat]
 - Francetvinfo [CH.FV]
 - Folha de S. Paulo [CH.FSP]
 - *Full Fact* [CH.FF]
 - *Infact* [CH.IF]
 - *India Today* [CH.IN]
 - Jornal de Brasília [CH.JBSB]
 - *La Nación* [CH.LN]
 - *La Silla Vacía* [CH.SV]
 - *Lead Stories* [CH.LD]
 - *La Repubblica* [CH.LR]
 - Lupa [CH.LP]
 - Knack [CH.KN]

- Maldita [CH.MAL]
- Maldito Bulo [CH.MB]
- Migalhas [CH.MIG]
- Newtral [CH.NW]
- O Imparcial [CH.IP]
- Observador []
- Ojo Público [CH.OP]
- Open [CH.Ope]
- Poder360 [CH.P360]
- Polifact [CH.PL]
- Polígrafo [CH.PoL]
- Poynter [CH.PYT]
- Reuters [CH.RT]
- *Rolling Stone* [CH.RS]
- *RT&S* [CH.RTS]
- *Snopes* [CH.SP]
- SpondeO [CH.SPO]
- Terra [CH.TR]
- Tempo [CH.Tem]
- Teyit [CH.TY]
- The Logical Indian [CH.TLI]
- The Quint [CH.TQ]
- WBRC [CH.WBRC]
- WTHR [CH.WTHR]
- USA Sun [CH.USS]
- USA Today [CH.USA]
- Visão [CH.VI]

Excluído por não se adequar ao escopo [EXCLUIDO]

ANEXO A
PARECER CONSUBSTANCIADO DO CEP DE FARMÁCIA DA UFBA

UFBA - FACULDADE DE
 FARMÁCIA DA UNIVERSIDADE
 FEDERAL DA BAHIA



PARECER CONSUBSTANCIADO DO CEP

DADOS DO PROJETO DE PESQUISA

Título da Pesquisa: As fake news e a produção de referências pelo jornalismo

Pesquisador: Frederico Ramos Oliveira

Área Temática:

Versão: 2

CAAE: 44438921.0.0000.8035

Instituição Proponente: Facom / UFBA

Patrocinador Principal: Universidade Federal da Bahia - UFBA

DADOS DO PARECER

Número do Parecer: 4.625.326

Apresentação do Projeto:

O presente projeto tem como objeto de investigação as fake news no contexto contemporâneo da cultura digital; segundo seu pesquisador descreve nas informações básicas do projeto: "mercado pela plataforma, dataficação e performatividade algorítmica", com vistas a problematizar e entender tipos, formas de circulação, atores envolvidos na sua produção, circulação e consumo; bem como a relação com o jornalismo e a produção jornalística da verdade. A pesquisa se centrará em torno de três casos: kit gay, Vaza Jato e COVID 19. A hipótese do trabalho é a de que "As fake news são um dispositivo agencial que cria adesão ao afetar quem consome tais conteúdos falsos. Isso só é possível porque elas não são apenas o conteúdo de uma mensagem, mas toda uma rede que é mobilizada para que se propague desinformação e se crie grupos de adesão e/ou repulsa (in: INFORMAÇÕES BÁSICAS DO PROJETO)." A investigação, como se verifica nas informações básicas e na

versão brochura do projeto, pretende ter como etapas de trabalho: (1) análise das hecagens jornalísticas e sua produção; 2) análise das fake news compartilhadas; 3) análise do consumo de fake news sobre os casos. Essas etapas da investigação pressupõe: cruzamento de dados para entender como a existência das fake news modifica a produção jornalística e a própria organização da redação. Análise do conteúdo das Fake News mais compartilhadas no

WhatsApp sobre os casos estudados com levantamento de dados tais como identificação de fonte, autoria, documentos referenciados, entre outros dados pertinente. Serão observados ainda

Endereço: BARAO DE JEREMOABO 147
Bairro: ONDINA **CEP:** 40.170-115
UF: BA **Município:** SALVADOR
Telefone: (71)3283-6902 **Fax:** (71)3283-6919 **E-mail:** cepfar@ufba.br

UFBA - FACULDADE DE
FARMÁCIA DA UNIVERSIDADE
FEDERAL DA BAHIA



Continuação do Parecer: 4.625.326

se os conteúdos “mais verossímeis” são, também, as mensagens sobre o caso que foram mais compartilhadas no WhatsApp. E a identificação do modo como os conteúdos falsos analisados são consumidos e compartilhados nos grupos do WhatsApp. A coleta de dados será realizada por meio de entrevistas e por meio de questionário on-line. O questionário possibilitará saber: qual uso que essas pessoas fazem do WhatsApp; seus comportamento informacional; que fontes são consultadas por estas pessoas; tempo de uso de aplicativos de mensagens instantâneas por dia; percepção sobre o jornalismo acerca das fake news compartilhadas no app. Os participantes da pesquisa, pelo que se depreende das informações básicas serão os gestores das redações das Agências Lupa e Aos Fatos (editores-chefe ou cargos de igual hierarquia) e os jornalistas redatores das matérias analisadas. Ambos serão entrevistados. Além desses, no projeto se prevê a participação de no mínimo 350 pessoas acima de 18 anos, usuárias do aplicativo Whatsapp pelo menos uma vez por dia, selecionadas por amostra aleatória simples. Estas responderão o questionário online.

Objetivo da Pesquisa:

Geral

Compreender as fake news no contexto contemporâneo da cultura digital, marcado pela plataformação, dataficação e performatividade algorítmica (PDPA – LEMOS, 2019, 2020). Busca-se problematizar e entender seus tipos, formas de circulação, os atores envolvidos em sua produção, circulação e consumo, sua relação com o jornalismo e com a produção jornalística da verdade.

Específicos

1. Identificar de que modos a circulação de conteúdos intencionalmente e verificadamente falsos resultou, ao longo da história, na formação de grupos de apoio ou repúdio a um ponto de vista específico em uma controvérsia política, problematizando possíveis mudanças oriundas do atual contexto de plataformação, dataficação e performatividade algorítmica;
2. Descrever práticas material-discursivas usadas por jornalistas ao longo da história na produção da verdade jornalística e problematizar como a circulação de fake news, em um contexto de plataformação, dataficação e performatividade algorítmica, afeta esses processos.

Avaliação dos Riscos e Benefícios:

A pesquisa aponta como riscos prováveis, o constrangimento bem como aponta possíveis ações para minimizar ou evitar tal risco, como se observa no fragmento abaixo, retirado das informações básicas do projeto: "Os riscos percebidos aos participantes da pesquisa não são diferentes daqueles a que esses estão submetidos em seu cotidiano. Podem enfadar-se com o tamanho do

Endereço: BARAO DE JEREMOABO 147

Bairro: ONDINA

CEP: 40.170-115

UF: BA

Município: SALVADOR

Telefone: (71)3283-6902

Fax: (71)3283-6919

E-mail: cepfar@ufba.br

UFBA - FACULDADE DE
FARMÁCIA DA UNIVERSIDADE
FEDERAL DA BAHIA



Continuação do Parecer: 4.625.326

questionário, ou resolver desistir de seu preenchimento. Vale apontar que todos os dados coletados são anônimos, não sendo possível vincular as respostas a seus autores, de modo que a segurança dos dados e da privacidade de todos é garantida. No caso da entrevista, os participantes podem se incomodar com questões sobre a estrutura organizacional das agências, mas não precisam responder ou manter a entrevista caso não desejarem. As respostas podem ser anonimizadas, a pedido de cada um. A redação das perguntas evita criar constrangimentos organizacionais, mas é possível que algum entrevistado entenda que não deve responder algo. Nesse caso, seu desejo é respeitado e as respostas não serão usadas para nada, sendo que o arquivo de gravação ou notas sobre a entrevista serão apagadas imediatamente, na presença do entrevistado. Quaisquer riscos e

eventuais danos podem ser cobrados ao coordenador da pesquisa, que é responsável por seu desenho e execução. Considerando a pandemia de Covid-19, todos os procedimentos de pesquisa serão desenvolvidos remotamente, a fim de permitir o distanciamento social tão necessário para a prevenção da doença. Em relação aos Benefícios, o pesquisador nas informações básicas do projeto sinaliza o seguinte: "Dentre os benefícios aos participantes, destaca-se a oportunidade de indicar modelos de checagem e sua eficiência, de modo que iniciativas assim podem ser replicadas. A participação em uma pesquisa científica sobre uma temática tão relevante como a desinformação na contemporaneidade também é um benefício indicado.

Comentários e Considerações sobre a Pesquisa:

A pesquisa aponta como riscos prováveis, o constrangimento bem como aponta possíveis ações para minimizar ou evitar tal risco, como se observa no fragmento abaixo, retirado das informações básicas do projeto: "Os riscos percebidos aos participantes da pesquisa não são diferentes daqueles a que esses estão submetidos em seu cotidiano. Podem enfadar-se com o tamanho do questionário, ou resolver desistir de seu preenchimento. Vale apontar que todos os dados coletados são anônimos, não sendo possível vincular as respostas a seus autores, de modo que a segurança dos dados e da privacidade de todos é garantida. No caso da entrevista, os participantes podem se incomodar com questões sobre a estrutura organizacional das agências, mas não precisam responder ou manter a entrevista caso não desejarem. As respostas podem ser anonimizadas, a pedido de cada um. A redação das perguntas evita criar constrangimentos organizacionais, mas é possível que algum entrevistado entenda que não deve responder algo. Nesse caso, seu desejo é respeitado e as respostas não serão usadas para nada, sendo que o arquivo de gravação ou notas sobre a entrevista serão apagadas imediatamente, na presença do entrevistado. Quaisquer riscos e

Endereço: BARAO DE JEREMOABO 147

Bairro: ONDINA

CEP: 40.170-115

UF: BA

Município: SALVADOR

Telefone: (71)3283-6902

Fax: (71)3283-6919

E-mail: cepfar@ufba.br

**UFBA - FACULDADE DE
FARMÁCIA DA UNIVERSIDADE
FEDERAL DA BAHIA**



Continuação do Parecer: 4.625.326

eventuais danos podem ser cobrados ao coordenador da pesquisa, que é responsável por seu desenho e execução. Considerando a pandemia de Covid-19, todos os procedimentos de pesquisa serão desenvolvidos remotamente, a fim de permitir o distanciamento social tão necessário para a prevenção da doença. Em relação aos Benefícios, o pesquisador nas informações básicas do projeto sinaliza o seguinte: "Dentre os benefícios aos participantes, destaca-se a oportunidade de indicar modelos de checagem e sua eficiência, de modo que iniciativas assim podem ser replicadas. A participação em uma pesquisa científica sobre uma temática tão relevante como a desinformação na Contemporaneidade também é um benefício indicado.

Considerações sobre os Termos de apresentação obrigatória:

Os documentos foram atualizados.

Recomendações:

Sem recomendações.

Conclusões ou Pendências e Lista de Inadequações:

Tendo em vista que os aspectos éticos do presente protocolo de pesquisa estão consoantes as Resoluções nº 466/12 e nº 510/16 do Conselho Nacional de Saúde (CNS) e Comissão Nacional de Ética em Pesquisa (CONEP), conclui-se que o pesquisador pode iniciar a execução do protocolo.

Considerações Finais a critério do CEP:

Atendendo a Res. 466/2012 e Norma Complementar vigente, torna-se necessário:

- 1) O envio de relatórios semestrais a partir desta data, para o CEP-FAR. O relatório final deverá ser encaminhado no prazo de 30 dias a contar do término da vigência do projeto, respeitado o cronograma aprovado neste CEP;
- 2) Para protocolos que estejam concorrendo a financiamento por edital de fomento, as fontes de financiamento deverão ser informadas ao CEP-FAR sob a forma de emenda, anexando o Termo de Outorga ou equivalente, incluindo as alterações na Folha de Rosto para documentar mudança no patrocinador principal;
- 3) Desenvolver o projeto conforme aprovado pelo CEP-FAR;
- 4) Apresentar informações sobre o desenvolvimento da pesquisa a qualquer momento, quando solicitadas por este Comitê;

Endereço: BARAO DE JEREMOABO 147

Bairro: ONDINA

CEP: 40.170-115

UF: BA

Município: SALVADOR

Telefone: (71)3283-6902

Fax: (71)3283-6919

E-mail: cepfar@ufba.br

**UFBA - FACULDADE DE
FARMÁCIA DA UNIVERSIDADE
FEDERAL DA BAHIA**



Continuação do Parecer: 4.625.326

- 5) Comunicar e justificar todas as alterações realizadas no projeto, bem como sua interrupção;
- 6) Manter em arquivo, sob sua guarda, por 05 anos, todos os dados coletados para a pesquisa, bem como outros documentos utilizados.

Este parecer foi elaborado baseado nos documentos abaixo relacionados:

Tipo Documento	Arquivo	Postagem	Autor	Situação
Informações Básicas do Projeto	PB_INFORMAÇÕES_BÁSICAS_DO_PROJETO_1279135.pdf	30/03/2021 11:54:26		Aceito
Declaração de Pesquisadores	TermoConfidencialidade.pdf	30/03/2021 11:54:10	Frederico Ramos Oliveira	Aceito
Projeto Detalhado / Brochura Investigador	projetoCEPOK.pdf	30/03/2021 11:53:26	Frederico Ramos Oliveira	Aceito
Outros	EquipeDetalhadaNOVO.pdf	30/03/2021 11:47:41	Frederico Ramos Oliveira	Aceito
Folha de Rosto	FolhaRostoAssinada.pdf	10/03/2021 14:13:28	Frederico Ramos Oliveira	Aceito
Declaração de Pesquisadores	declaracaoCORRETO.pdf	09/03/2021 16:16:50	Frederico Ramos Oliveira	Aceito
Orçamento	orcamentoCorreto.pdf	11/02/2021 22:57:12	Frederico Ramos Oliveira	Aceito
Outros	DeclaracaoInicioColeta.pdf	11/02/2021 22:51:29	Frederico Ramos Oliveira	Aceito
Outros	LattesOrientador.pdf	11/02/2021 16:24:03	Frederico Ramos Oliveira	Aceito
Outros	LattesPesq.pdf	11/02/2021 16:22:38	Frederico Ramos Oliveira	Aceito
Cronograma	cronogramaPesquisaNovo.pdf	11/02/2021 16:09:13	Frederico Ramos Oliveira	Aceito
Recurso Anexado pelo Pesquisador	ROTEIROentrevista.pdf	28/01/2021 09:46:47	Frederico Ramos Oliveira	Aceito
Declaração de Instituição e Infraestrutura	TermoInstituicaoProponente.pdf	27/01/2021 13:27:54	Frederico Ramos Oliveira	Aceito
Declaração de Pesquisadores	TermoCompromisso.pdf	26/01/2021 20:13:27	Frederico Ramos Oliveira	Aceito
Declaração de concordância	declaracaoconcordanciaetica.pdf	26/01/2021 19:28:32	Frederico Ramos Oliveira	Aceito
TCLE / Termos de Assentimento /	TCLE.pdf	26/01/2021 19:08:14	Frederico Ramos Oliveira	Aceito

Endereço: BARAO DE JEREMOABO 147
 Bairro: ONDINA CEP: 40.170-115
 UF: BA Município: SALVADOR
 Telefone: (71)3283-6902 Fax: (71)3283-6919 E-mail: cepfar@ufba.br

UFBA - FACULDADE DE
FARMÁCIA DA UNIVERSIDADE
FEDERAL DA BAHIA



Continuação do Parecer: 4.625.326

Justificativa de Ausência	TCLE.pdf	26/01/2021 19:08:14	Frederico Ramos Oliveira	Aceito
---------------------------	----------	------------------------	-----------------------------	--------

Situação do Parecer:

Aprovado

Necessita Apreciação da CONEP:

Não

SALVADOR, 01 de Abril de 2021

Assinado por:

Ana Leonor Pardo Campos Godoy
(Coordenador(a))

Endereço: BARAO DE JEREMOABO 147
Bairro: ONDINA CEP: 40.170-115
UF: BA Município: SALVADOR
Telefone: (71)3283-6902 Fax: (71)3283-6919 E-mail: cepfar@ufba.br

ANEXO B
ATIVIDADE LEGISLATIVA RELACIONADA ÀS *FAKE NEWS*, EXCETUANDO
COMISSÃO PARLAMENTAR MISTA DE INQUÉRITO

Quadro 01 – Atividade legislativa relacionada às *fake news*

		Detalhamento	Ementa	Conceito
2005	Projeto de Lei	PL 5472/2005 Câmara dos Deputados Ney Lopes (PFL – RN) Apensado ao PL 3453/2004	“Acrescenta inciso X e § 3º ao art. 243, e parágrafo único ao art. 332 da Lei nº 4.737, de 15 de Julho de 1965, tratando sobre propaganda enganosa no Código Eleitoral.”	Propaganda enganosa é aquela “capaz de induzir em erro pessoas a respeito de candidatos ou partidos e quaisquer outros dados que influenciem no resultado do pleito”
2015	Projeto de Lei	PL 1077/2015 Câmara dos Deputados Rômulo Gouveia (PSD – PB) Apensado ao PL 2082/2003	“Altera a Lei nº 9.394, de 20 de dezembro de 1996, que estabelece as diretrizes e bases da educação nacional, para incluir no currículo oficial da rede de ensino a obrigatoriedade da temática “Educação e Segurança Digital””.	Não relacionado.
2017	Projeto de Lei	PL 6812/2017 Câmara dos Deputados Luiz Carlos Hauly (PSDB – PR)	“Dispõe sobre a tipificação criminal da divulgação ou compartilhamento de informação falsa ou incompleta na rede mundial de computadores e dá outras providências”.	“Informação falsa ou prejudicialmente incompleta em detrimento de pessoa física ou jurídica”.
		PL 7604/2017 Câmara dos Deputados Luiz Carlos Hauly (PSDB – PR) Apensado ao PL 6812/2017.	“Dispõe sobre a aplicação de multa pela divulgação de informações falsas pela rede social e dá outras providências”.	“Informações falsas, ilegais ou prejudicialmente incompletas em detrimento de pessoa física ou jurídica, por qualquer meio, na rede mundial de computadores.
2018	Projeto de Lei	PL 246/2018 Senado Federal Comissão de Direitos Humanos e Legislação Participativa	“Acrescenta dispositivos à Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014 (Marco Civil da Internet), que estabelece princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da Internet no Brasil, para dispor sobre medidas de combate à divulgação de conteúdos falsos (fake news) ou ofensivos em aplicações de internet”.	“Conteúdos falsos”.
		PL 9532/2018 Câmara dos Deputados Francisco Floriano (DEM – RJ) Apensado ao PL 5742/2005.	"Altera a Lei nº 4.737, de 15 de julho de 1965, que institui o Código Eleitoral, para dispor sobre as fake news e dá outras providências".	“Notícias falsas”.
		PL 9533/2018 Câmara dos Deputados Francisco Floriano (DEM- RJ) Apesando ao PL 6812/2017.	"Altera a Lei nº 7.170, de 14 de dezembro de 1983, que define os crimes contra a segurança nacional, a ordem política e social, estabelece seu processo e julgamento e dá outras providências, para dispor sobre o incitamento através das redes sociais".	“Notícias falsas”
		PL 9554/2018 Câmara dos Deputados Pompeo de Mattos (PDT – RS) Apesando ao PL 6812/2017.	“Acrescenta artigo ao Decreto-Lei nº 2.848, de 7 de dezembro de 1940 - Código Penal, para tipificar o crime de divulgação de informação falsa – fakenews”.	“Informação ou notícia que [se] sabe ser falsa e que possa modificar ou desvirtuar a verdade com relação à saúde, segurança pública, economia ou processo eleitoral ou que afetem interesse público relevante
		PL 9626/2018 Câmara dos Deputados Carlos Sampaio (PSDB – SP) Apensado ao PL 9532/2018.	“Altera os artigos 323, 324, 325, 326 e 327 e acrescenta o artigo 356-A à Lei nº 4.737, de 15 de julho de 1965 - Código Eleitoral, bem como altera os §§ 1.º e 2.º do artigo 57-H da Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997 - Lei das Eleições e acrescenta § 3.º ao mesmo dispositivo legal, para agravar as penas dos crimes eleitorais praticados por meio de veículos de comunicação”.	“Fato que sabe ou que por suas características e circunstâncias deveria saber inverídicos e capaz de exercer influência perante o eleitorado ou afetar a opinião de eleitores sobre candidatos, pré-candidatos ou partidos políticos”
		PL 9647/2018 Câmara dos Deputados Heuler Cruvinel (PSD – GO)	“Dispõem sobre alteração na Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014, que estabelece princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da Internet no Brasil.”	“Notícia falsa”.

		Apensado ao PL 7604/2017.		
		PL 9838/2018 Câmara dos Deputados Arthur Oliveira Maia (PPS – BA) Apensado ao PL 6812/2017.	“Tipifica criminalmente a conduta de quem oferece, publica, distribui, difunde notícia ou informação que sabe ser falsa em meios eletrônicos ou impressos”.	“Notícia ou informação que sabe ser falsa [disseminada] em meios eletrônicos ou impressos”
		PL 9884/2018 Câmara dos Deputados Fábio Trad (PSD – MS) Apensado ao PL 6812/2017.	“Altera o Decreto-Lei nº 2.848, de 7 de dezembro de 1940 - Código Penal, para tipificar a divulgação de informação falsa”.	“Informação ou notícia falsa que possa modificar ou desvirtuar a verdade sobre pessoa física e ou jurídica, que afetem interesse público relevante.”
		PL 9761/2018 Câmara dos Deputados Celso Russomano (PRB – SP) Apensado ao PL 6812/2017.	“Tipifica criminalmente a conduta de quem cria, veicula, compartilha, ou não remove, em meios eletrônicos, notícias ou informações que sabe ser falsas”.	“Notícias ou informações que sabe ser falsas”
		PL 9931/2018 Câmara dos Deputados Erika Koltay (PT – DF) Apensado ao PL 6812/2017.	“Tipifica o crime de divulgação de notícias ou informações falsas”.	“Notícias ou informações falsas”.
		PL 9973/2018 Câmara dos Deputados Fábio Trad (PSD – MS) Apensado ao PL 9532/2018.	“Altera a Lei nº 4.737, de 15 de julho de 1965 (Código Eleitoral) e a Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997 para tipificar a divulgação de fatos sabidamente inverídicos no ano eleitoral e dá outras providências.”	“Notícia falsa”, “fatos sabidamente inverídicos”.
		PL 10915/2018 Câmara dos Deputados Reginaldo Lopes (PT – MG) Apensado ao PL 9532/2018.	“Altera a Lei nº 4.737, de 15 de julho de 1965 (Código Eleitoral) para tipificar a divulgação por candidato de fatos sabidamente inverídicos (Fake News) no ano eleitoral e dá outras providências”.	“Fatos sabidamente inverídicos”, “notícia falsa”.
		PL 10292/2018 Câmara dos Deputados Veneziano Vital do Rêgo (PSB – PB) Apensado ao PL 9532/2018.	“Altera os arts. 288 e 323 da Lei nº 4.737, de 15 de julho de 1965 (Código Eleitoral) para tipificar como crime eleitoral a criação, divulgação e o compartilhamento de fatos sabidamente inverídicos, em ano eleitoral.	“Fatos sabidamente inverídicos”, “notícia falsa”.
		PL 11004/2018 Câmara dos Deputados Jandira Feghali (PCdoB – RJ) Apensado ao PL 9532/2018.	“Altera dispositivos da Lei nº 4.737, de 15 de julho de 1965, que institui o Código Eleitoral, para aperfeiçoar a tipificação do crime eleitoral de divulgação de fatos sabidamente inverídicos (notícias falsas).”	“Fatos sabidamente inverídicos”, “notícia falsa”.
		PL 241/2019 Câmara dos Deputados Júnior Ferrari (PSD – PA) Apensado ao PL 6812/2017	“Altera o Decreto-Lei n. 2.848, de 7 de dezembro de 1940 - Código Penal, para tipificar o crime de criação e propagação de notícia inverídica”.	“Informação ou notícia que se sabe ser inverídica”.
		PL 559/2019 Câmara dos Deputados Paulo Pimenta (PT – RS) Apensado ao PL 1077/2015.	“Acrescenta parágrafo ao artigo 26 da Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional, para dispor sobre a necessidade de inclusão, no currículo escolar do ensino fundamental e do ensino médio, de disciplina sobre a utilização ética das redes sociais - contra a divulgação a divulgação de notícias falsas (Fake News)”.	“Notícias falsas”.
		PL 1974/2019 Câmara dos Deputados Reginaldo Lopes (PT – MG)	“Institui a Semana Nacional de enfrentamento a Fake News, a ser comemorada, anualmente, em todo o território nacional na primeira semana de abril e Cria o Dia Nacional de enfrentamento as Fake News a ser comemorado todo dia 1 de abril de cada ano e dá outras providências”.	“Notícia falsa”.
2019	Projeto de Lei	PL 2149/2019 Câmara dos Deputados Marília Arraes (PT – PE) Apensado ao PL 9973/2018.	“Acrescenta parágrafo ao art. 57-D, da Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997 - Lei das Eleições, para manter os efeitos, findado o período eleitoral, das ordens judiciais de remoção de conteúdo da internet”.	“Notícias fabricadas com o fim exclusivo de enganar pessoas, mediante degradação da imagem de terceiro”.

2019	Projeto de Lei	PL 2601/2019 Câmara dos Deputados Luiz Miranda (DEM – DF) Apensado ao PL 9647/2018	“Altera a Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014, para criar obrigação de indisponibilização de notícias falsas por provedores de aplicações de internet e dá outras providências”.	“Notícias falsas”.
		PL 2917/2019 Câmara dos Deputados Valdevan Noventa (PSC – SE) Apensado ao PL 4336/2016.	“Altera o Código Penal, instituído pelo Decreto-Lei no 2.848, de 7 de dezembro de 1940 e a Lei no 13.188, de 11 de novembro de 2015, que dispõe sobre o direito de resposta, para tratar da retratação sobre crimes contra a honra quando da veiculação de notícias falsas na internet”.	“Notícias falsas”.
		PL 3389/2019 Câmara dos Deputados Fábio Faria (PSD – RN).	“Acrescenta os §§ 5º e 6º ao art. 10 da Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014, para estabelecer a obrigatoriedade de fornecimento do número de inscrição no Cadastro de Pessoas Físicas (CPF) ou Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ) para cadastro em aplicações de internet”.	Não apresenta.
		PL 3842/2019 Câmara dos Deputados Alice Portugal (PCdoB – BA)	“Tipifica criminalmente a conduta, de pais ou responsáveis, de omissão ou de contraposição à vacinação de crianças ou adolescentes, incluindo artigo no Decreto-Lei nº 2.848, de 7 de dezembro de 1940, Código Penal”.	“Notícias falsas”.
		PL 3857/2019 Câmara dos Deputados Jaqueline Cassol (PP – RO)	“Estabelece tratamento penal mais rígido a condutas praticadas com o auxílio da Internet”.	“Informação ou notícia que sabe ser falsa”
		PL 4975/2019 Senado Federal Soraya Thronicke (PSL – MS).	“Altera da Lei nº 4.737, de 15 de julho de 1965 – Código Eleitoral, para redimensionar a pena do crime previsto no § 3º do art. 326-A”.	“Denúnciação caluniosa com finalidade eleitoral”.
		PL 5003/2019 Câmara dos Deputados Shéridan (PSDB – RR) Apensado ao PL 9626/2018.	“Altera a Lei nº 4.737, de 15 de julho de 1965 - Código Eleitoral, para agravar as penas dos crimes eleitorais de calúnia, difamação e injúria e para prever causas de aumento de pena para os mesmos delitos, nas hipóteses em que eles venham a ser praticados por meio virtual, com o emprego da Internet, de redes sociais ou de aplicativos de troca de mensagens instantâneas”.	Não apresenta.
	PL 5679/2019 Câmara dos Deputados Dra. Soraya Manato (PSL – ES) Apensado ao PL 3842/2019.	“Torna crime a disseminação de informações falsas sobre vacina, alterando o Decreto-Lei nº 2.848, de 7 de dezembro de 1940, Código Penal”.	“Informação falsa”.	
	PL 5870/2019 Câmara dos Deputados David Soares (DEM – SP) Retirado pelo autor.	“Altera a Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014 para estabelecer a obrigatoriedade de fornecimento do número de inscrição no Cadastro de Pessoas Físicas (CPF) ou no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ) para acesso à internet”.	“Notícias falsas”.	
	PL 6337/2019 Câmara dos Deputados Luiz Miranda (DEM – DF).	“Altera a Lei nº 13.188, de 11 de novembro de 2015, concedendo às pessoas físicas e jurídicas o direito de se manifestar previamente à divulgação, por veículo de comunicação social, de matéria cujo conteúdo possa atentar contra a sua honra ou imagem”.	“Notícias falsas”.	
	PL 632/2020 Senado Federal Jorge Kajuru (Cidadania – GO)	“Altera a Lei nº 1.079, de 10 de abril de 1950, e a Lei nº 8.429, de 2 de junho de 1992, para tipificar como crime de responsabilidade e como ato de improbidade administrativa a divulgação de informação manifestamente falsa, difamatória ou sem fundamento”.	“Divulgação dolosa de informação que se sabe manifestamente falsa, difamatória ou sem fundamento”.	
	PL 693/2020 Câmara dos Deputados Alexandre Padilha (PT – SP).	“Dispõe sobre a responsabilidade sanitária da conduta das autoridades públicas, tipifica o crime de divulgação ou compartilhamento de	“Informações e notícias falsas”.	

		Apensado ao PL 6812/2017	informação falsas que atentem contra a segurança sanitária e dá outras providências”.	
2020	Projeto de Lei	PL 1258/2020 Câmara dos Deputados Luiz Miranda (DEM – DF). Apensado ao PL 693/2020	“Tipifica a divulgação de notícias falsas durante o período de calamidade pública, estado de defesa, estado sítio ou intervenção, tratando ainda do indiciamento e da indenização em tais casos, alterando o Decreto-Lei nº 2.848, de 7 de dezembro de 1940, Código Penal”.	“Notícias falsas, capazes de gerar tumulto ou pânico”.
		PL 1429/2020 Câmara dos Deputados Felipe Rigoni (PSB – ES) e Tábata Amaral (PDT – SP).	“Institui a Lei Brasileira de Liberdade, Responsabilidade e Transparência na Internet”.	“Desinformação: conteúdo falso ou enganoso que foi propositadamente colocado fora de contexto, manipulado ou completamente forjado com o interesse de enganar público e que: a) Seja disseminado para obter ganhos econômicos; ou b) Possa causar danos públicos, como fraudes eleitorais, o risco à estabilidade democrática, ao funcionamento de serviços públicos, à integridade física e moral de pessoas e grupos identificáveis por sua raça, gênero, orientação sexual ou visão ideológica ou consequências negativas à saúde individual ou coletiva”.
		PL 1394/2020 Câmara dos Deputados Zé Vitor (PL – MG) Apensado ao PL 705/2020.	“Tipifica, no art. 287-A ao Decreto-Lei nº 2.848, de 7 de dezembro de 1940 (Código Penal), a criação e a propagação, por qualquer meio, de informação falsa referente à saúde pública ou à segurança pública”.	“Informação falsa”.
		PL 1416/2020 Câmara dos Deputados Marília Arraes (PT – PE)	“Tipifica como crime de responsabilidade a disseminação ou compartilhamento por ocupante de cargo, função ou emprego público de informação falsa, sem fundamento ou difamatória”.	“Informação falsa, sem fundamento ou difamatória”.
		PL 1429/2020 Câmara dos Deputados Felipe Rigoni (PSB/ES) e Tabata Amaral (PDT/SP) Retirado pelo autor.	“Institui a Lei Brasileira de Liberdade, Responsabilidade e Transparência na Internet.”	“Desinformação: conteúdo falso ou enganoso que foi propositadamente colocado fora de contexto, manipulado ou completamente forjado com o interesse de enganar público e que: a) Seja disseminado para obter ganhos econômicos; ou b) Possa causar danos públicos, como fraudes eleitorais, o risco à estabilidade democrática, ao funcionamento de serviços públicos, à integridade física e moral de pessoas e grupos identificáveis por sua raça, gênero, orientação sexual ou visão ideológica ou consequências negativas à saúde individual ou coletiva.”
		PL 1596/2020 Senado Federal Antônio Carlos Valadares (PSB – SE)	“Altera a Lei 0 9.504, de 30 de setembro de 1997 (Lei das Eleições), para determinar que a propaganda institucional do Tribunal Superior Eleitoral contemple advertência sobre notícias falsas”.	“Informações e notícias falsas”.
		PL 1941/2020 Câmara dos Deputados Wilson Santiago (PTB – PB) Apensado ao PL 693/2020	“Estabelece multa como penalidade para quem dolosamente divulgar por meios eletrônicos, telemáticos, digital, escrito, televisivo ou rádio difusão notícias falsas (fake news) sobre epidemias, pandemias, ou eventos sociais que caracterizem tragédias ou calamidade pública no território nacional”.	“Informações ou notícias falsas”.
		2020	Projeto de Lei	PL 2389/2020 Câmara dos Deputados Rejane Dias (PT – PI). Apensado ao PL 693/2020.
PL 2630/2020 Senado Federal Alessandro Vieira (Cidadania – SE)	“Institui a Lei Brasileira de Liberdade, Responsabilidade e Transparência na Internet”.			“Desinformação: conteúdo, em parte ou no todo, inequivocamente falso ou enganoso, passível de verificação, colocado fora de contexto, manipulado ou forjado, com potencial de causar

			danos individuais ou coletivos, ressalvado o ânimo humorístico ou de paródia”.
	PL 2701/2020 Câmara dos Deputados Paulo Abi-Ackel (PSDB – MG) Apensado ao PL 586/2020	“Altera a Lei nº 7.492, de 16 de junho de 1986, que define os crimes contra o sistema financeiro nacional e dá outras providências e incluir o art. 168-B ao Decreto-Lei nº 2.848, de 7 de dezembro de 1940 – Código Penal brasileiro”.	“Informação prejudicial, falsa ou incompleta, sobre instituição financeira, capaz de pôr em risco a confiança no sistema financeiro ou abalar o crédito de instituição financeira”.
	PL 2763/2020 Câmara dos Deputados Marcelo Brum (PSL –RS). Apensado ao PL 3389/2019	“Altera a Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014, obrigando as empresas responsáveis pelo provimento de serviços de redes sociais na internet a condicionarem o acesso a essas aplicações ao cadastramento prévio do CPF ou do CNPJ do usuário”.	“Notícias falsas”.
	PL 2854/2020 Câmara dos Deputados Maria do Rosário (PT – RS) e outros. Apensado ao PL 283/2020	“Institui medidas contra a disseminação de conteúdo de ódio e preconceito pela internet, bem como a disseminação de informações a respeito de tratamentos de saúde que não sejam cientificamente validados e aceitos pelo Sistema Único de Saúde ou pela Organização Mundial de Saúde e dá outras providências”.	“Informações a respeito de tratamentos de saúde que não sejam cientificamente validados e aceitos pelo Sistema Único de Saúde ou pela Organização Mundial da Saúde”.
	PL 2844/2020 Câmara dos Deputados Joseildo Ramos (PT – BA) Apensado ao PL 2630/20201	“Determina a aplicação de multas, suspensão de isenções fiscais e financiamentos por bancos públicos, além da proibição de contratação pelo Poder Público de pessoas jurídicas que propagam, estimulam ou anunciam, direta ou indiretamente, notícias falsas (Fake News) em veículos de comunicação”.	“Notícias falsas”.
	PL 2883/2020 Câmara dos Deputados Filipe Barros (PSL – PR). Apensado ao PL 283/2020.	“Altera o Marco Civil da Internet -Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014, e a Lei do Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência -Lei nº. 12.529/2011”.	“Notícias falsas”.
	PL 2922/2020 Senado Federal Fabiano Contarato	“Acrescenta dispositivo à Lei Federal nº 12.695, de 25 de julho de 2012, para proibir o anúncio publicitário em sites que veiculem Fake News”.	Desinformação ou promoção de conteúdos de ódio.
	PL 2927/2020 Câmara dos Deputados Felipe Rigoni (PSB – ES) e Tábata Amaral (PDT – SP). Retirado pelos autores.	“Institui a Lei Brasileira de Liberdade, Responsabilidade e Transparência na Internet”.	“Desinformação: conteúdo, em parte ou no todo, inequivocamente falso ou enganoso, passível de verificação, colocado fora de contexto, manipulado ou forjado, com potencial de causar danos individuais ou coletivos, ressalvado o ânimo humorístico ou de paródia”.
2020 Projeto de Lei	PL 3027/2020 Câmara dos Deputados Nereu Crispim (PSL – RS). Apensado ao PL 749/2019	“Altera a Lei nº 10.703, de 18 de julho de 2003, tornando mais rígido os critérios para cadastramento de usuários de telefones celulares pós e pré-pagos e eventual transferência para outro chip e acresce parágrafo ao”, - Código Penal, triplicando a pena na hipótese de uso de falsa identidade na contratação de serviços de telefonia para fins ilícitos”.	Não apresenta.
	PL 3029/2020 Câmara dos Deputados Alexandre Frota (PSDB – SP). Apensado ao PL 2854/2020	“Altera a Lei nº 12.965, para criar a obrigação de normas próprias de publicação em aplicativos de Internet do tipo rede social e dá outras providências”.	“Notícias sabidamente falsas”.
	PL 3063/2020 Câmara dos Deputados Felipe Rigoni (PSB – ES) e Tábata Amaral (PDT – SP).	“Institui a Lei Brasileira de Liberdade, Responsabilidade e Transparência na Internet.”	“Conteúdos desinformativos”
	PL 3095/2020 Câmara dos Deputados Joyce Hasselmann (PSL-SP) Retirado pelo autor	“Estabelece normas de transparência, educação e ampla informação para o combate à desinformação no país.”	“Art. 5º Desinformação é o conteúdo verificadamente falso ou enganoso, de alcance significativo, usado com a intenção de se obter vantagem, induzir o público a erro ou causar danos coletivos. § 1º Verificadamente falso ou enganoso é o conteúdo com potencial de ludibriar o receptor quanto à veracidade do fato e analisado e declarado como tal pelo Comitê de Combate à Desinformação (CCD).”

	PL 3144/2020 Câmara dos Deputados Joyce Hasselmann (PSL-SP) Apensado ao PL 3063/2020	“Estabelece normas de transparência, educação, formação do pensamento crítico e ampla informação para o combate à desinformação no país.”	“Art. 5º Desinformação é o conteúdo verificadamente falso ou enganoso, com potencial de ludibriar o receptor, de alcance significativo, usado com a intenção de se obter vantagem, induzir o público a erro ou causar danos coletivos”
	PL 3222/2020 Câmara dos Deputados Frei Anastacio Ribeiro (PT-PB) Apensado ao PL 2844/2020	“Altera a Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993, para estender a aplicação da pena de que tratam os incisos III e IV do caput de seu art. 87 aos casos que especifica”.	“Notícias falsas”
	PL 3131/2020 Câmara dos Deputados Ronaldo Carletto (PP-BA)	“Institui multa por confecção e divulgação de notícias falsas (fake news) sobre a pandemia de covid-19”	“Notícias falsas”
	PL 3221/2020 Câmara dos Deputados Frei Anastacio Ribeiro (PT-PB) Apensado ao PL 3894/2020	“Altera a Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010, para vedar o patrocínio, a publicidade institucional, de utilidade pública e mercadológica da União em provedores de aplicações que promovam desinformação ou divulguem notícias falsas”	“Notícias falsas”
	PL 3306/2020 Câmara dos Deputados Alexandre Frota (PSDB – SP).	“Proíbe a utilização de qualquer tipo de acesso a internet da administração pública para a veiculação de notícias falsas e dá outras providências”	“Notícias falsas”
	PL 3307/2020 Câmara dos Deputados Alexandre Frota (PSDB – SP). Apensado ao PL 6812/2017	“Dispõe sobre os danos causados pela publicação de notícia falsa e dá outras providências”	“Notícias sabidamente falsas”.
	PL 3627/2020 Câmara dos Deputados Nereu Crispim (PSL/RS) Apensado ao PL 2630/2020	“Altera a Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014, para criar mecanismos de verificação de identidade dos perfis ativos em aplicações de internet que atuem como redes sociais e plataforma de registro de ocorrência policial na hipótese de crimes contra a honra cometidos ou divulgados em quaisquer modalidades das redes sociais da rede mundial de computadores e dá outras providências.”	Não apresenta
	PL 3683/2020 Senado Federal Ângelo Coronel (PSD/BA)	“Altera a legislação criminal, eleitoral e de improbidade administrativa para elevar penas e sanções de crimes já tipificados e outras condutas ilegais, e criar novos tipos penais, especialmente quando praticados na internet.”	Não apresenta.
	PL 4027/2020 Câmara dos Deputados João Daniel (PT-SE). Apensado ao PL 6351/2019.	“Altera a Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2020, para impedir a veiculação de publicidade de órgãos públicos em veículos de comunicação que propaguem notícias falsas (fake news).”	“Notícias falsas”
	PL 4046/2020 Câmara dos Deputados Paulo Ramos (PDT-RJ) Apensado ao PL 215/2015	“Altera o Decreto-Lei nº 2.848, de 7 de dezembro de 1940 (Código Penal) para acrescentar meio de comunicação de massa ou sistema de informática ou telemática para causar dano à honra ou imagem como agravante de pena.”	Não apresenta.
	PL 4096/2020 Câmara dos Deputados Bira do Pirandé (PSB-MA) e outros. Apensado ao PL 215/2015	“Altera o Decreto-Lei no 2.848, de 7 de dezembro de 1940 – Código Penal, para prever a aplicação da pena em dobro aos crimes contra a honra cometidos mediante a criação, divulgação, produção ou compartilhamento de informação ou notícia que sabe ser falsa por meio da internet”	“Notícias falsas”, “histórias falsas que, ao manterem a aparência de notícias jornalísticas, são disseminadas pela Internet (ou por outras mídias), sendo normalmente criadas para influenciar posições políticas, ou como piadas.”
	PL 4260/2020 Câmara dos Deputados Fernanda Melchionna (PSOL-RS) e outros.	“Altera a Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997, para garantir a gratuidade do acesso aos conteúdos disponibilizados pela Justiça Eleitoral na internet durante o período eleitoral”	Não apresenta.
	PL 5114/2020 Câmara dos Deputados Rejane Dias (PT-PI) Retirado pelo autor.	“Cria mecanismos para coibir a violência e a discriminação política de gênero contra a mulher e dá outras providências”	Não apresenta.
	PL 5136/2020 Câmara dos Deputados Rejane Dias (PT-PI) Arquivado	“Cria mecanismos para coibir a violência e a discriminação política contra a mulher e dá outras providências.”	Não apresenta.

		PL 5587/2020 Câmara dos Deputados Shéridan (PSDB-RR) Apensado ao PL 5003/2019	“Altera a Lei nº 4.737, de 15 de julho de 1965, que institui o Código Eleitoral, para incluir causa de aumento de pena nos crimes de calúnia, injúria e difamação eleitorais, quando praticados com abrangência difusa ou coletiva, como rádio, televisão ou internet e ou em virtude de violência política contra a mulher.”	“Desinformações”
		PL 5597/2020 Câmara dos Deputados Carlos Veras (PT-PE) Apensado ao PL 1077/2015	“Acrescenta o § 7º ao art. 32 da Lei nº 9.394, de 20 de dezembro de 1996, que estabelece as diretrizes e bases da educação nacional, para incluir, nos currículos do ensino fundamental, conteúdos sobre a influência das mídias digitais na sociedade.”	“Notícias falsas”.
		PL 5649/2020 Câmara dos Deputados Fausto Pinato (PP/SP)	“Institui em todo território nacional, a obrigatoriedade do comprovante de vacinação contra a COVID-19, a todos os servidores e agentes públicos da União, Estados e Municípios.”	“Notícias falsas”.
2021	Projeto de lei	PL 3813/2021 Senado Federal Alessandro Vieira	“Altera o Decreto-Lei nº 2.848, de 7 de dezembro de 1940 (Código Penal) e o Decreto-Lei nº 3.689, de 3 de outubro de 1941 (Código de Processo Penal), para criminalizar a criação e divulgação de notícias falsas (fake news), notadamente em casos envolvendo a saúde pública.”	“Notícias falsas”.
		PL 4134/2021 Câmara dos Deputados Carlos Bezerra (MDB-MT) Apensado ao PL 9931/2018	“Acrescenta o art.287-A ao Decreto-Lei nº 2.848, de 7 de dezembro de 1940 – Código Penal, para tipificar o crime de divulgação de notícia falsa.”	“Notícia falsa”
		PL 4592/2021 Câmara dos Deputados Tábata Amaral (PSB/SP)	“Institui a Semana da Educação Midiática, a ser realizada anualmente nas instituições de ensino da educação básica.”	“Desinformação”,
		PL 2390/2021 Câmara dos Deputados Emanuel Pinheiro Neto (PTB/MT) Apensado ao PL 2712/2015	“Acrescenta-se o inc. XIV ao art. 7 e §§1º, 2º e 3º ao art. 20 da Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014 – Marco Civil da Internet, que “garante o direito de atualização de conteúdo e informações ao usuário por provedores de aplicações de internet”.	Não apresenta
		PL 517/2021 Câmara dos Deputados Wilson Santiago (PTB/PB)	“Inclui no protocolo de vacinação a obrigação do profissional de saúde em expor a quantidade de imunizante a ser administrada no paciente antes do início do procedimento de imunização, além de estabelecer sanção de multa para quem produzir fake news, notícias falsas e simular vacinação, desviar ou se apropriar de imunizante durante a Campanha Nacional de Vacinação contra a Covid-19.”	Não apresenta.
		PL 865/2021 Câmara dos Deputados Ronaldo Carletto (PP/BA) Apensado ao PL 127/2021	“Dispõe sobre diversidade informativa nos casos de identificação de notícias fraudulentas em redes sociais.”	“Conteúdo identificado por entidades verificadoras de fatos com grau significativo de imprecisões e que poderiam levar a desinformação coletiva.”
		PL 127/2021 Câmara dos Deputados Nelson Barbudo (PSL/MT) Apensado ao PL 283/2020	“Altera a Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014, para dispor sobre os verificadores de fatos.”	Não apresenta
		PL 1354/2021 Câmara dos Deputados Denis Bezerra PSB/CE	“Altera o MCI, com a finalidade de criar estímulo à pluralidade e diversidade de notícias, assegurar medidas de proteção ao jornalismo nacional e combate às fake news, para adotar política de tratamento não discriminatório das empresas de mídia de jornais, revistas, rádio e televisão legalmente instituídas bem como para criar mecanismos de equanimidade, pluralidade e diversidade de conteúdo na internet.”	Não apresenta
2022	Projeto de lei	PL 2516/2022 José Nelto (PP/GO) Apensado ao PL 7604/2017	“Estabelece penalidade administrativa a quem divulgar informação falsa e dá outras providências.”	“Notícias com conteúdo propositalmente falso, geralmente usadas com interesses escusos, como benefícios econômicos ou políticos.”
		PL 78/2022 José Nelto (PP/GO) Apensado ao PL 1586/2021	“Dispõe sobre a possibilidade de cobrança pela exibição de notícias em plataformas digitais.”	Não apresenta

	PL 630/2022 Luciano (UNIÃO/PE) Apensado ao PL 397/2022	Bivar	“Altera a Lei n. 12.965, de 23 de abril de 2014, para dispor sobre a necessidade de os provedores de redes sociais e de serviços de mensageria terem sede e representante legal radicado no país.”	Não apresenta
--	--	-------	--	---------------

Fonte: Câmara dos Deputados e Senado Federal.

ANEXO C
INVENTÁRIO DE INICIATIVAS PRIVADAS DE CHECAGEM DE FATOS NO BRASIL

Proprietário	Subtipo	Nome	URL	Descrição	Automatizado?	Convênio com a Meta?	Plataformas	Signatário da IFCN	Status
Agência de checagem	Portal	Aos Fatos	https://www.aosfatos.org/	Aos Fatos é uma plataforma jornalística de investigação de campanhas de desinformação e de checagem de fatos. Sua produção se baseia em uma rigorosa metodologia de apuração e verificação reconhecida internacionalmente por meio de parcerias transnacionais, premiações e instituições de Estado.	Não	Sim	-	Sim	Ativo
Agência de checagem	Sistema de monitoramento	Radar Aos Fatos	https://www.aosfatos.org/radar/#!/	O Radar Aos Fatos é uma ferramenta de monitoramento em tempo real do ecossistema de desinformação brasileiro. A partir de padrões linguísticos e inteligência artificial, o algoritmo do Radar capta tendências desinformativas na internet a partir de conteúdos de baixa qualidade. Inscreva-se para receber análises exclusivas em modo degustação.	Sim	-	WhatsApp, YouTube, Google Search, Twitter, Facebook e Instagram	-	Ativo
Agência de checagem	Bot	Fátima	https://www.aosfatos.org/fatima/	A Fátima — que vem de “FactMa”, uma abreviação de “FactMachine” — é a robô checadora do Aos Fatos. Ela é a voz dos projetos de inteligência artificial e automatização de checagem do Aos Fatos. O seu objetivo é enviar informações verificadas e ajudar consumidores de notícias na internet a trafegar na rede de modo mais seguro.	Parcialmente	-	WhatsApp, Telegram e Facebook Messenger	-	Ativo
Agência de checagem	Portal	Estadão Verifica	https://politica.estadao.com.br/blogs/estadao-verifica/	O Estadão Verifica é o núcleo de checagem de fatos do jornal O Estado de S.Paulo.	Não	Sim	-	Sim	Ativo
Agência de checagem	Portal	G1 Fato ou Fake	https://g1.globo.com/fato-ou-fake/		Não	Não	-	Não	Ativo
Agência de checagem	Portal	Coletivo Bereia	https://coletivo.bereia.com.br/	Checar fatos publicados diariamente em mídias religiosas e em mídias sociais brasileiras que abordem conteúdos sobre religiões e suas lideranças no Brasil e no exterior. Bereia oferecerá pluralidade de pontos de vista e transparência, com base em sua política editorial, para que o/a leitor/a tenha condições de avaliar se a informação está correta e contextualizada com a realidade dos fatos. Não serão checadas opiniões ou material analítico, apenas material informativo (notícias).	Não	Não	-	Não	Ativo
Agência de checagem	Portal	Lupa	https://lupa.uol.com.br/	Fundada em 2015, a Lupa iniciou sua trajetória como uma agência de notícias especializada em fact-checking e expandiu suas atividades para o ensino de técnicas de checagem e para a sensibilização sobre desinformação e seus riscos. Atualmente, a Lupa tem duas frentes de atuação: Lupa Jornalismo, com reportagens, checagens, verificações e conteúdos especiais, e Lupa Educação, com oficinas, treinamentos, repositório de pesquisas sobre	Não	Sim	-	Sim	Ativo

Proprietário	Subtipo	Nome	URL	Descrição	Automatizado?	Convênio com a Meta?	Plataformas	Signatário da IFCN	Status
				desinformação e ações de educação midiática em escolas, universidades, instituições e empresas.					
Agência de checagem	Bot	Lupe	https://api.whatsapp.com/send?phone=5521991933751&app=facebook&entry_point=page_cta	Bot da Lupa no WhatsApp	Parcialmente	-	WhatsApp	-	Ativo
Agência de checagem	Portal	UOL Confere	https://noticias.uol.com.br/confere/	O UOL Confere é a divisão do UOL para checagem e esclarecimento de fatos. Sugestões de checagens podem ser enviadas para o email uolconfere@uol.com.br. Conheça nosso método de checagem e nossa política de correções.	Não	Sim	-	Sim	Ativo
Agência de checagem	Portal	Reuters	https://www.reuters.com/news/archive/factcheckPortugueseNew	Seu público quer acesso a notícias confiáveis. Somos uma autoridade na cobertura internacional de notícias e sabemos como informações falsas podem se espalhar rapidamente. É por isso que a Reuters está assumindo a liderança na identificação e verificação de notícias e na alfabetização midiática, para garantir que as notícias que chegam ao público sejam verídicas.	Não	Sim	-	Sim	Ativo
Agência de checagem	Portal	Boatos.org	https://www.boatos.org/sobre	Este espaço foi criado justamente para compilar algumas destas mentiras que são contadas online. A intenção com o boatos.org é justamente prestar um serviço para o usuário da internet. Desde já agradeço a sua audiência. Se tiver alguma dúvida, envie um e-mail para a gente preenchendo o formulário abaixo. E se não quiser ser enganado, visite-nos com frequência.	Não	Não	-	Não	Ativo
Coletivo de checagem	Portal	Comprova	https://projeto.comprova.com.br/	O Projeto Comprova é uma iniciativa colaborativa e sem fins lucrativos que reúne jornalistas de 43 veículos de comunicação brasileiros para descobrir e investigar informações suspeitas sobre políticas públicas, eleições presidenciais e a pandemia de covid-19 que foram compartilhadas nas redes sociais ou por aplicativos de mensagens.	Não	Não	-	Não	Ativo
Projeto de Pesquisa	Sistema de monitoramento	Eleições sem Fake	https://www.eleicoes-sem-fake.dcc.ufmg.br/	Desde a eleição de 2018, nosso grupo vem desenvolvendo soluções para trazer transparência para o espaço midiático onde atuam campanhas de desinformação. O projeto criou uma série de soluções tecnológicas, implementadas através de sistemas Web, que visam dar transparência para as diversas formas de campanha eleitoral em plataformas digitais, muitas vezes ajudando a expor e mitigar campanhas de desinformação. Um dos sistemas mais relevantes monitora, desde 2018, centenas de grupos públicos no WhatsApp, todos relacionados à política. O sistema foi utilizado por mais de 250 jornalistas com linha editorial e pelas principais equipes de checagem de fatos brasileiras, oferecendo informação de interesse público e dados que embasaram ou deram origem a dezenas de reportagens de grande impacto nacional dedicadas a desmentir informações identificadas no nosso monitoramento.	Parcialmente	Não	WhatsApp, Telegram e Facebook	Não	Ativo

Proprietário	Subtipo	Nome	URL	Descrição	Automatizado?	Convênio com a Meta?	Plataformas	Signatário da IFCN	Status
				Noosso projeto é parceiro tecnológico do Comprova e integra o Programa Permanente de Enfrentamento à Desinformação do TSE.					
Coletivo de checagem	Portal e cursos	Programa Núcleos de Checagem Eleitoral - Abraji	https://blog.google/intl/pt-br/novidades/iniciativas/ajudando-a-ampliar-a-checagem-de-fatos-sobre-as-eleicoes-nos-estados-brasileiros/	<p>/Mais de 60 jornalistas de 31 veículos de notícias brasileiros estão neste momento criando ou já atuando em núcleos de verificação e checagem de fatos dentro de suas redações, com foco na cobertura estadual das eleições. A ação faz parte do Programa Núcleos de Checagem Eleitoral, criado pela Abraji (Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo) com apoio da Google News Initiative.</p> <p>O programa oferece uma série de 40 horas de treinamento e 72 horas de mentoria, além de bolsas aos participantes. Nesta primeira fase, profissionais da Abraji capacitaram os jornalistas sobre metodologia, técnicas e ferramentas de verificação e checagem, monitoramento de redes sociais, análise de casos verificados pelo Comprova, uso de Claim Review, além de um workshop sobre Web Stories, que permite criar notícias de forma visual e atraente.</p> <p>Até o fim das eleições, os núcleos contarão com mentoria de profissionais do Projeto Comprova – coalizão de veículos liderada pela Abraji que atuam na identificação e checagem de informações suspeitas sobre as eleições presidenciais</p>	Não	Não	Google News Initiative	Não	Ativo
Agência de checagem	Portal	Coar	https://coarmoticias.com/	A COAR foi criada em março de 2020, pela doutoranda em Comunicação (Unisinos) e jornalista, Marta Alencar, quando cursava o Mestrado na época. O que motivou a jornalista a pesquisar sobre fake news foi a Fabiane Maria de Jesus, 33 anos, casada, mãe de duas meninas, que foi brutalmente assassinada por vizinhos após ser acusada de sequestrar crianças para realizar rituais de magia negra em Guarujá (SP), no ano de 2014.	Não	Não	-	Não	Ativo
Agência de checagem	Portal	Bode Fatos	https://www.bodefatos.jor.br/sobre	<p>A Bode Fatos - Agência de checagem é um projeto de jornalismo independente que busca construir um espaço onde seja possível acompanhar fatos que sejam verificáveis, ditas por autoridades do estado, baseando-se em dados públicos, em temas essenciais como saúde, educação e segurança pública.</p> <p>A ideia de criar a agência surgiu em 2020 a partir do programa FactCkeckLab, promovido pela agência Lupa em parceria com o Consulado dos Estados Unidos no Brasil. O FactCheckLab capacitou 93 jornalistas em técnicas de checagem e produção de conteúdo jornalístico, incentivando os participantes a usarem a criatividade ao propor formatos de disseminação de conteúdos verdadeiros. Como resultado, a Bode Fatos foi eleita como melhor projeto de fact-checking da região Nordeste.</p>	Não	Não	-	Não	Ativo

Proprietário	Subtipo	Nome	URL	Descrição	Automatizado?	Convênio com a Meta?	Plataformas	Signatário da IFCN	Status
				<p>Por meio do programa Acelerando a Transformação Digital, iniciativa da Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo (Abraji), do Meta Journalism Project e do Centro Internacional para Jornalistas (ICFJ), a proposta da criação da agência de fact-checking para a Paraíba recebeu fundos no valor de 2,5 mil dólares. Esses recursos estão sendo utilizados para a criação do site, hospedagem e domínio, pagamento da equipe de reportagem, além dos tributos referentes ao projeto.</p> <p>O foco inicial será as eleições de 2022, com o objetivo de verificar as informações dadas pelos principais candidatos ao governo da Paraíba. Por conseguinte, pretende-se continuar o projeto na checagem das promessas dos eleitos, buscando ampliar o combate à desinformação no estado.</p>					
Agência de checagem	Perfil no Instagram	Projeto Taura	https://www.instagram.com/taura.verifica/	<p>Não te mixa para os fatos, vivente!</p> <p>● ● ●</p> <p>Iniciativa de verificação de informações políticas no interior gaúcho.</p>	Não	Não	-	Não	Ativo
Agência de checagem	Portal	Editoria Xereta - Avoador	https://avoador.com.br/category/xereta/	A editoria Xereta faz a checagem de falas de políticos locais ou regionais, correntes e acontecimentos/fatos compartilhados nas redes sociais, como Facebook e Whatsapp. Nosso intuito é averiguar a veracidade da publicação selecionada e contribuir para um debate público com menos informação falsa e interferência político/ideológica. A implementação dessa nova prática jornalística em Vitória da Conquista é uma maneira de conectar a produção local com as inovações globais.	Não	Não	-	Não	Ativo
Agência de checagem	Portal	Amazônia Check	https://www.oliberal.com/eleicoes/amazonia-check	Checagem especializada e jornalística sobre temas referentes à Amazônia abordados por presidentiáveis em vídeos exibidos durante campanha eleitoral. O projeto é uma parceria com o programa 'Jogo Limpo', do YouTube Brasil	Não	Não	-	Não	Ativo
Projeto de Pesquisa	Sistema de avaliação de textos	Detector de Fake News	https://nilc-fakenews.herokuapp.com/about	Ao receber um texto, o sistema aplica métodos para extrair atributos linguísticos desse texto e os utiliza em um modelo de aprendizado de máquina, que classifica a notícia como verdadeira ou falsa. O texto deve ter pelo menos 100 palavras, pois o sistema foi "treinado" dessa forma. Os modelos disponibilizados foram treinados com o corpus Fake.Br.	Sim	Não	Bot para WhatsApp	-	Ativo
Agência de checagem	Portal	Passando a Limpo - Eleições	https://www.azeta.com.br/tema/passando-a-limpo-eleicoes	Iniciativa de checagem do jornal A Gazeta	Não	Não	-	Não	Ativo
Agência de checagem	Portal	Truco	https://apublica.org/truco-antigo/	O Truco é o projeto de checagem de informações (fact-checking) da Agência Pública. Verificamos falas de políticos e personalidades públicas para saber se o que eles dizem é verdadeiro, descontextualizado, exagerado, distorcido, discutível, contraditório ou falso. Nosso objetivo é aprimorar o discurso público e a democracia, tornando as autoridades mais responsáveis em suas declarações.	Não	Não	-	Sim	Inativo desde 2018

Proprietário	Subtipo	Nome	URL	Descrição	Automatizado?	Convênio com a Meta?	Plataformas	Signatário da IFCN	Status
Agência de checagem	Portal	Checazap	https://enoiscoiteudo.com.br/checazap	<p>Durante os meses anteriores à eleição presidencial de 2018, os estudantes da Escola de Jornalismo da Énois, em São Paulo, e os jovens do data_label, no Rio, fizeram a checagem semanal de fatos e boatos que poderiam impactar no processo eleitoral, distribuídos por suas redes de Whatsapp – majoritariamente jovens e periféricas.</p> <p>As checagens foram publicadas em pílulas, em texto e imagem, e distribuídas de volta por WhatsApp numa logística reversa da mensagem, buscando furar uma bolha da rede, que é privada e fechada.</p>	Não	Não	-	Não	Inativo desde 2018
Agência de checagem	Portal	E-farsas	https://www.e-farsas.com/	<p>Com a intenção de usar a própria internet para desmistificar as histórias que nela circulam, o E-farsas.com nasceu no dia 1 de abril de 2002.</p> <p>Nesses vários anos de vida muita coisa aconteceu com o site. Ele já teve várias caras e foi se modernizando ao longo dos anos.</p>	Não	Não	-	Não	Ativo
Agência de checagem	Portal	AFP Checamos	https://cheamos.afp.com/afp-e-verificacao-da-informacao-fact-checking	<p>Com a criação de um blog dedicado à verificação de notícias, a AFP responde ao fenômeno de multiplicação de informações falsas registrado em todas as mídias. Essa abordagem naturalmente amplia o projeto colaborativo CrossCheck, criado durante a campanha presidencial francesa de 2017, no qual a AFP teve papel decisivo na confirmação final da checagem dos fatos nos artigos produzidos.</p>	Não	Sim	-	SIIm	Ativo