

# Informação Jornalística e Desinformação na atuação do Comprova

*Journalistic Information and Disinformation in Comprova's activities*

Rafael Silva Cunha<sup>1i</sup>

ORCID: <https://orcid.org/0009-0003-0678-9540>

Liana Vidigal Rocha<sup>ii2</sup>

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7506-8577>

Recebido em: 31/01/2024. Aprovado em: 08/03/2024

## Resumo

Este trabalho tem o intuito de explorar os conceitos da informação jornalística e desinformação por meio de análise de produções presentes no site do Comprova. A investigação foi feita por meio da pesquisa bibliográfica para a produção teórica e análise do conteúdo das matérias produzidas pelo site entre os dias 08 e 15 de novembro de 2022. Os conteúdos extraídos do website da iniciativa estão inseridos em um contexto pós-eleitoral, com presença marcante de peças desinformativas que visavam desacreditar o resultado das eleições. Assim, destaca-se a importância de projetos de checagem e verificação de conteúdos que atuaram no período, auxiliando na disseminação de informação correta. Na conclusão da pesquisa constatou-se que o Comprova apropria-se da linguagem jornalística a fim de apresentar a desinformação em seus variados formatos, demonstrando a importância do jornalismo no combate à desinformação.

**Palavras-chave:** informação jornalística; desinformação; comprova.

## Abstract

This work aims to explore the concepts of journalistic information and disinformation through the analysis of productions present on the Comprova website. The investigation was carried out through bibliographical research for the theoretical production and content analysis of the articles produced by the website between November 8th and 15th, 2022. The contents extracted from the initiative's website are inserted in a post-election context, with marked presence of disinformation pieces that aimed to discredit the results of the elections. Thus, the importance of content checking and verification projects that operated during the period is highlighted, helping to disseminate correct information. The conclusion of the research is that Comprova appropriates journalistic language to present misinformation and its various formats, demonstrating the importance of journalism in combating misinformation.

**Keywords:** journalistic information; disinformation; check.

## 1 Introdução

Um acontecimento é retratado no meio jornalístico quando há a relação entre aquele que informa e o indivíduo que receberá a informação. A informação é um conteúdo

<sup>1</sup> Universidade Federal do Tocantins. São Luís, Maranhão – Brasil. E-mail: [godnaysilva@gmail.com](mailto:godnaysilva@gmail.com)

<sup>2</sup> Universidade Federal do Tocantins. Palmas, Tocantins – Brasil. L. E-mail: [lianavidigal@uft.edu.br](mailto:lianavidigal@uft.edu.br).



atual e relevante na percepção dos jornalistas e, por isso, existe a necessidade de levar esse conteúdo para o meio social, visto que, supostamente tem relevância social.

A informação jornalística conta com uma linguagem clara, que preza por “objetividade” e imparcialidade, tornando o acontecimento inteligível para seu público. A informação jornalística é entendida, ainda, como uma produção textual ou audiovisual de elaboração individual do repórter que passa por uma filtragem coletiva de profissionais do veículo de comunicação, tendo como objetivo alcançar um público específico (Barbosa, 2013).

A informação jornalística é complexa e diversificada pois, não se trata somente de conteúdos voltados para a formação de um juízo, conscientizar ou informar, mas também orientar e emocionar seu público, assim como revaler curiosidades. “Tal relevância social exigiu do jornalismo e da própria sociedade um esforço de normatização da atividade, no campo profissional e legal, a fim de resguardar o interesse da coletividade” (Benedeti, 2006, p. 23).

Sobre a desinformação, comparando-a com o conceito de informação, não é somente uma série de técnicas e métodos para causar prejuízos no meio social, é também uma filosofia.

Existem campanhas de desinformação bem e malsucedidas. Uma vez que perfomam variadas frentes de atuação, como o uso da propaganda, da publicidade, todos com uso deturpados, com fins políticos e ideológicos, com o intento de manipular a opinião pública “Temos um registro claro da gravidade do avanço das *fake news* que se formam a partir da desinformação, gerando resultados negativos e apocalípticos à humanidade” (Bairon *et al.*, 2021, p. 22).

Percebe-se nesse contexto um avanço maior do irracional sobre o pensamento racionalcientífico, criando um ambiente de falta de credibilidade e maior utilização ideológica da informação, das ferramentas digitais, isso é, com o intuito de criar descrédito e descrença no pensamento científico (Cruz, 2020).

Uma característica da desinformação é a desordem informacional, que cria um ambiente instável - tornando os indivíduos mais fragilizados pois, estes não conseguem distinguir, muitas vezes, o que é verdadeiro, o que é falso. Assim, são gerados prejuízos para a população, mas, em contrapartida, beneficiam grupos específicos obtendo vantagens econômicas e políticas.

Desse modo, percebe-se que o foco é enganar as pessoas e inviabilizar os



processos democráticos. “A desordem informacional expõe os cidadãos a um ambiente no qual, informações comprovadamente falsas ou enganadoras são criadas para apresentar e divulgar uma atmosfera distorcida da realidade” (Silva, 2019, p. 14).

Portanto, o objetivo deste artigo é compreender os conceitos de informação jornalística e desinformação a partir da atuação do Comprova, uma iniciativa de checagem e verificação de conteúdos no meio digital que tem impacto no meio social e, por isso, necessitam ser averiguados pelos jornalistas e divulgados corretamente para o público.

Para tanto, foram selecionadas matérias publicadas no site do Comprova entre os dias 08 e 15 de novembro de 2022, visando compreender os conceitos de informação jornalística e desinformação na prática, isso é, como estão presentes nos materiais publicados pela iniciativa. A metodologia utilizada foi a pesquisa bibliográfica, buscou-se selecionar os trabalhos acadêmicos existentes sobre o tema.

A análise do site Comprova utilizou maior convergência de fontes, a partir da observação indireta e levantamentos estruturados, além de análise documental (dos arquivos e materiais publicados no Comprova). “Toda a pesquisa de estudo de caso deve ser bem versada em uma gama de técnicas para a coleta de dados, a fim de que o estudo de caso possa se valer de várias fontes de evidência” (Yin, 2001, p. 23).

O universo estudado compreendeu o site do projeto Comprova. Já, a amostra foi obtida a partir do conteúdo publicado na página *on-line* e também as informações que compõem o projeto, além dos arquivos constituídos pelas matérias investigadas pelo *website*.

Em relação à apreciação do conteúdo, as postagens no site do Projeto Comprova foram divididas em categorias de postagem. Essas nomenclaturas podem ser utilizadas como filtro para a exploração do material. São oito categorias; comunicados, eleições, pandemia, passo a passo, políticas públicas, urgente e verificação e todos, que é uma pesquisa mais geral, com todas as postagens juntas.

Cada uma dessas categorias de postagem conta com uma matéria, com títulos impactantes, uma imagem relacionada, atrelada a uma cor característica de notícia falsa (vermelha), a data de postagem (que traz o ano, mês e dia nessa ordem), os veículos que investigaram a matéria (que serão três, segundo os preceitos defendidos pelo projeto) e a classificação; notícia verdadeira e a enganosa, além da explicação da forma como o conteúdo foi checado.



A técnica de pesquisa utilizada foi a análise de conteúdo realizada a partir da leitura do material coletado e a definição das categorias de análise, que possibilitaram identificar a presença ou ausência de características, ou seja, o método qualitativo.

A utilização da análise de conteúdo foi relevante para o trabalho, pois representou uma técnica de obtenção de informações a partir da descrição de conteúdo (mensagens, textos, publicações).

A modalidade de análise de conteúdo foi temática, porque mostrou-se como a mais eficaz para a investigação. “Uma etapa específica de análise de conteúdo é a fase de planejamento, coleta e sistematização dos dados. As demais fases de cunho analítico dependem de uma coleta realizada de modo adequado” (Carlomagno; Rocha, 2016, p. 3).

## 2 Informação Jornalística e Desinformação

Sobre a informação jornalística, Longhi (2015) explica que existem diversas maneiras de transmitir o conteúdo. Enviar um texto para o *pen drive*, por e-mail são alguns exemplos, mas somente será informação se houver a codificação por outra pessoa, isso é, se a informação será de utilidade para o receptor.

Por isso, há a classificação; entre a informação em estado bruto e o informe, ou seja, o tratamento pelo qual a informação bruta passa para se tornar noticiável. Contudo, uma questão que deve ser considerada sobre a informação é o grau de confiabilidade que uma informação pode carregar em si (Dobedei, 2021).

A notícia é uma informação sobre um determinado fato ou acontecimentos que já foi moldada pelo jornalista e que se constitui a partir de determinados valores, como a novidade, por ser algo que chamará a atenção das pessoas possibilitando ao público uma reflexão sobre sua própria realidade (Nobre, 2018).

Uma das características peculiares para a informação se tornar um texto jornalístico é a efemeridade, pois tem pouca validade, principalmente devido à questão temporal, pois ela se torna supérflua em pouco tempo. Os valores-notícia definem qual acontecimento vai ser retratado pela informação jornalística (Lopes, 2016).

Pode-se inferir que a informação jornalística conta com particularidades interessantes, que tornam esse modo de produção relevante para o meio social, sendo diversificada, porque se adapta às características de cada veículo de comunicação. Assim como, o jornal impresso se apropria do lead e da pirâmide invertida para informar seus



leitores, a televisão utiliza a imagem como seu carro-chefe e a internet busca a atualização rápida, procurando manter seus usuários informados em tempo real (Rossi, 2017).

Outra característica é a padronização da produção de informes, com o emprego de métodos, como uso de aspas nos textos, imagens que condizem com as informações prestadas, uso de fontes complementares, apuração e checagem das informações que permeiam a prática jornalística (Canavilhas, 2012).

A informação jornalística, segundo Nobre (2018), se apropria de ideologias e posicionamentos, retratando a realidade a partir da visão dos jornalistas e veículos de comunicação, criando maneiras particulares de noticiamento de fatos e acontecimentos.

A desinformação, apesar de antiga, ganhou grande importância nos últimos anos, pois está vinculada à forma como a comunicação é recebida e disseminada pelos grupos sociais. A consolidação da internet garantiu acesso à informação por meio da tela do computador, promovendo a reunificação humana e a interatividade entre os indivíduos, gerando a percepção de aldeia global.

A informação distribuída pelos grandes meios de comunicação ajudou a definir as fronteiras e atingir a sociedade de forma homogênea. A Internet, por sua vez, parte do princípio de que a informação é acessível e distribuída a todos os membros da rede mundial de computadores, ou seja, como em uma aldeia. A comunicação baseada em estruturas informais de difusão de informações se caracteriza pelas posições e perspectivas dos sujeitos envolvidos (Recuero, 2012).

Na sociedade, de acordo com Hall (1999), existem diversas divergências de opiniões, pontos de vista, ideologias, dentre outros e, a partir do “mapa dos significados”, o jornalismo tem a concepção de criar uma perspectiva padronizada de acontecimentos sobre a maioria dos grupos integrantes do meio social. Isso seria uma unificação cultural baseada no consenso, criando uma ordem em meio à desordem pois, os acontecimentos, em sua maioria, são caóticos e a relação entre eles, muitas vezes, não é perceptível.

Dessa forma, o jornalismo tende a criar um consenso sobre essas questões. Assim, uma das bases fundamentais para a manutenção de uma coesão cultural é a comunicação.

### 3 Características e estratégias da desinformação

Uma das principais características da desinformação, segundo Galhardi (2020), não é somente o seu conteúdo ser falso, mas a intenção existente na sua criação e



divulgação. O *astroturfing* é a estratégia que teria o objetivo de manipular discursos ou defender determinada narrativa, sendo legitimada por “apoio popular” ou por uma maioria, mesmo que defenda conceitos contrários aos defendidos por uma maioria social.

Existem ferramentas utilizadas pelos agentes da desinformação que são eficientes no compartilhamento das *fake news*, como os vídeos manipulados utilizados para descontextualizar os fatos. “Pode também envolver um conjunto de comportamentos digitais mais relacionados com a circulação da desinformação do que com a produção, desde o postar, o comentar, o *tweeting* e o *retweeting*” (Brisola; Bezzera 2018, p. 2).

O descompromisso com a realidade e com a verdade revisita outra estratégia da desinformação, conhecida como *firehosing*. Segundo Camargo e Nolasco (2022), as mentiras são fabricadas sem preocupação de serem desmentidas pois, o interesse é causar o caos e a confusão, configurando-se assim em uma prática de desinformação. A contradição não derruba a informação falsa, uma vez que ela já provocou impactos no meio social.

De acordo com Bittencourt (2015), para que uma determinada informação ou fato ocorrido tenha visibilidade no meio social e digital, é necessário contar com particularidades que possam gerar assuntos a serem comentados e, a partir disso, desenvolver o interesse dos usuários em compartilhá-los, garantindo maior engajamento social sobre determinado tema (Bittencourt, 2015).

O jornalismo, para atuar no meio digital e se configurar como cibercontecimento, necessita de elementos, como o compartilhamento, que é uma das ferramentas para dar visibilidade e auxiliar na viralidade de fatos e acontecimentos. Isso permite detectar como os usuários reagem em relação às informações (Bertocchi, 2016).

Na era da desinformação, compreende-se que a particularidade do fato e do conteúdo é importante para chamar a atenção e despertar o interesse das pessoas, sendo necessárias táticas como a cortina de fumaça. Isso significa que a intenção é pautar assuntos polêmicos e triviais, a fim de alcançar o maior compartilhamento e engajamento, tirando assim o foco de assuntos relevantes (Godoy, 2020).

Uma das características mais eficientes empregadas para o fortalecimento da desinformação é a atuação de celebridades, agentes políticos e outras personalidades proeminentes que, além de proporcionarem a circulação de desinformação por meio de declarações ou compartilhamento de informações falsas, têm o poder de “legitimar” aquilo que falam e propagam (D’Andréa; Henn, 2021).



Pelo fato de contarem com uma audiência e credibilidade junto a determinados grupos sociais, acabam tornando-se propagadores de desinformação. “Líderes de opinião acabam por legitimar a desinformação. Ativistas políticos, *trolls* e *bots*, por outro lado, auxiliam a circulação da desinformação em função de sua atividade nas redes, são muito ativos” (Recuero; Soares; Zago, 2021, p. 6).

Essa dificuldade em entender o contexto em que as mensagens são postadas no meio digital é uma das características da desinformação, uma vez que a maioria dos conteúdos são incompletos, não verificados e compartilhados apressadamente, contribuindo para disseminar informações falsas e boatos. “Algumas mensagens postadas nas mídias sociais são de difícil compreensão sem um contexto, o que aumenta o potencial para a desinformação (Zago, 2020, p. 1).

Existem estratégias que os agentes da desinformação se apropriam para propagá-las. A primeira delas é o alto volume de conteúdos e canais variados de acesso a conteúdos como o *Whatsapp*, tendo o Brasil como o segundo país que faz mais uso do aplicativo (76%), contando com elevado percentual de compartilhamento de notícias falsas pelo *mobile*<sup>3</sup>. Esse fato contribui para que o público acredite na veracidade das informações, justamente por estarem sendo veiculadas em diversos canais, criando com isso uma suposta “credibilidade” (Sintra, 2019).

Um fenômeno da desinformação que se tornou evidente a partir de 2020, segundo o Recuero (2020), sobretudo após a eclosão da pandemia da Covid-19 no mundo, foi a infodemia. Esse conceito está relacionado com a quantidade elevada de informações existentes no meio digital, tanto verdadeiras e confiáveis quanto falsas e manipuladas, que são difundidas principalmente nas redes sociais, dificultando ainda mais a compreensão dos indivíduos sobre a temática.

A infodemia tem como característica um exponencial aumento de informações devido a eventos políticos (como a eleição de Donald Trump), econômicos, culturais, sanitários (como o caso da Covid-19), dentre outros. Como consequência observa-se o aumento de rumores, dados falsos e duvidosos e a perda de controle da credibilidade das informações (Sousa Júnior, 2020).

A propagação de desinformação foi eficiente ao influenciar as pessoas que ainda não estavam preparadas para lidar com a enxurrada de informações sobre as mídias

---

<sup>3</sup> Informação retirada do site <https://exame.com/tecnologia/brasil-e-um-dos-paises-que-mais-usam-whatsapp-diz-pesquisa/>



digitais e a Covid-19. “A velocidade com que as notícias e a grande quantidade de matérias que chegam aos indivíduos agravam ainda mais o cenário de pós-verdade” (Carvalho; Guimarães, 2020, p. 2).

Nesse sentido, é possível afirmar que a infodemia apresenta consequências que podem agravar ainda mais os efeitos da desinformação em uma determinada conjuntura, como maior dificuldade de encontrar informações corretas e orientações confiáveis. Isso impacta na tomada de decisões por parte dos grupos sociais (Freire, 2021).

Destaca-se também como consequência tornar as pessoas mais sobrecarregadas, ansiosas, deprimidas, porque não conseguem lidar corretamente com o excesso de dados. Ocorre ainda a perda da qualidade das informações e o aumento de pessoas comentando, publicando nas redes sociais sobre os fatos sem aprofundamento ou sem embasamento científico e acadêmico, desempenhando o papel de agente da desinformação e agravando o quadro social de manipulação e distorção de informações (Correia, 2019).

#### 4 Informação jornalística e desinformação nas publicações do site do Comprova

O Comprova é uma iniciativa independente e sem fins partidários e de mercado criada em 2018. O compromisso do projeto é investigar rumores e declarações falsas que estejam impactando no meio social. A colaboração entre 43 veículos de comunicação conta com um trabalho coletivo de apuração, edição de textos, vídeos, imagens e gráficos que esclareçam as informações investigadas.

O projeto também conta com veículos de comunicação de diversas áreas de atuação, com atuação regional, nacional e também tem relevância internacional, ao receber apoio e realizar parcerias com diferentes instituições na área tecnológica e jornalística, demonstra a relevância das informações checadas pelo projeto.

Nessa parte do trabalho, são apresentadas as matérias selecionadas do Projeto Comprova entre os dias 08 e 15 de novembro de 2022, visando compreender a aplicabilidade dos conceitos de desinformação e informação jornalística em uma produção de uma iniciativa de *fact-checking* com atuação no Brasil.

A primeira matéria foi publicada no site do Comprova no dia 08/11/22 e teve como título: *Vídeo reúne informações incorretas para enganar sobre comemorações da vitória de Lula*. O material investigado foi um vídeo de nove minutos, contendo 20 tipos de





gravações diferentes - foi publicado no *YouTube* e no *Gettr*<sup>4</sup> - e mostraria supostas irregularidades feitas por eleitores de Lula após os resultados das eleições, como as invasões e manifestações violentas.

O vídeo foi classificado pela iniciativa como *Enganoso* pois, modifica a interpretação da realidade. Essa percepção do que é enganoso ou verdadeiro faz parte da análise sobre a desinformação, entende-se que esse conceito é relacionado a uma distorção da realidade ou uma tentativa de mudar a opinião do outro sobre os acontecimentos.

O vídeo ainda conta com uma legenda: “Urgente! Eleitores de Lula já começaram a aterrorizar o Brasil. Cenas Fortes”, que induz o usuário a uma visão diferente e distorcida da realidade. O conteúdo foi publicado pelo deputado Gustavo Gayer (PL-GO), político apoiador de Jair Bolsonaro (PL), foi definido pelo Comprova como *enganoso*, porque descontextualiza a realidade e apresenta informações falsas com a intenção de causar danos ao sistema democrático.

Uma característica interessante nessa peça desinformativa é que ela apresenta fragmentos de acontecimentos que, supostamente, estariam ocorrendo no Brasil após os resultados das eleições, por isso, houve a necessidade do Comprova em averiguar todos os vídeos presentes na publicação. Dessa busca realizada pela iniciativa, foram encontrados 10 fatos relacionados com o vídeo falso e o restante (10 vídeos) não foi encontrado pela equipe de checagem.

Outra questão interessante a ser abordada sobre essa publicação é que o deputado responsável pela postagem dessas informações falsas foi procurado pelo Comprova para explicar sobre o conteúdo, pela primeira vez observou-se o agente da desinformação explanando sua opinião sobre o material divulgado, sendo possível perceber contradições e ambiguidades na explicação do político. Ao mesmo tempo em que ele afirmou que a informação divulgada era verdadeira, ele apagou a publicação após explicar sua versão sobre o material falsificado.

Alguns dos vídeos analisados eram de acontecimentos reais, como a invasão da Ceasa no Rio de Janeiro e o assalto sofrido por uma mulher que acabou sendo baleada. Esses fatos aconteceram, mas não tiveram motivação política. Além disso, houve vídeos de fatos inexistentes os quais foram criados para causar desordem informacional. Isso

---

<sup>4</sup> Criada por Jason Miller, ex-conselheiro de Donald Trump em 2021 e é conhecida por sua adesão entre a direita trumpista, nos Estados Unidos, e bolsonarista, no Brasil.



mostra o quanto essa matéria foi complexa e necessitou de um trabalho colaborativo e cooperativo do Comprova para ser investigado e verificado.

O objetivo desse vídeo foi enganar a população, alegando que eleitores de Lula estariam cometendo crimes em comemoração à vitória do petista. A peça desinformativa foi criada a partir de uma compilação de diversos vídeos de fatos ocorridos sem conotação política, de situações cotidianas em diferentes lugares do Brasil, sem relação entre si, os quais foram editados e juntados para criar um único vídeo com a proposta de criar uma interpretação diferente da realidade.

O impacto social dessa publicação desinformativa é a difamação da imagem dos eleitores e dos candidatos participantes das eleições de 2022, sendo destacado o eleitorado de Lula, criando animosidades políticas em um cenário de polarização, além disso, há a utilização imprópria e descontextualizada da imagem das vítimas, as pessoas que aparecem no vídeo podem ser erroneamente julgadas como criminosas e com isso, ter consequências negativas no seu cotidiano por causa desse pré-julgamento.

A segunda matéria selecionada foi publicada no site do Comprova no dia 09/11/22 e teve como título: *Relatório compartilhado no Twitter em live argentina usa desinformação para atacar processo eleitoral*. A informação investigada é um fio (thread) no *Twitter* que visou desacreditar os resultados das eleições presidenciais de 2022, apresentando argumentos para supostas fraudes no processo eleitoral.

Segundo a classificação do Comprova, a peça desinformativa teve o seu conteúdo identificado pela iniciativa como falso, visto que a publicação no *Twitter* apropriava-se de fontes falsas e não confiáveis, como o relatório duvidoso e inconsistente, sem embasamentos técnicos para apoiar as afirmativas e acusações proferidas contra o sistema eleitoral brasileiro.

Os argumentos para a suposta fraude eleitoral são que as auditorias eram inconclusivas ou que não foram realizadas nas urnas mais antigas e alegando que o código-fonte também variava de urna mais antiga para a mais nova, ou seja, que isso poderia mudar o resultado do pleito.

Os argumentos não se sustentam ou se comprovam devido à existência de relatórios sobre as urnas, que estão disponíveis no site do TSE. O Comprova procurou também o parecer de especialistas, que apontou para erros e falhas nos dados apresentados pelo relatório.



Uma característica interessante dessa matéria do Comprova é o interesse por parte do agente da desinformação em dar uma aparência de credibilidade a essa informação, pois, para apoiar as afirmativas, o autor da publicação se apropriou de um relatório falso e de origem duvidosa, que foi utilizado e divulgado em uma *live* argentina logo após os resultados do segundo turno no Brasil.

Ao fazer apontamentos sobre as urnas eletrônicas utilizadas no pleito eleitoral, cujos modelos mais antigos (2009 - 2015) não apresentaram resultados consistentes e, por isso, haveria, segundo o agente da desinformação, divergências nos resultados das eleições.

O objetivo desse fio no *Twitter* foi atacar a credibilidade das eleições de 2022 alegando suposta fraude e para isso, citando um relatório duvidoso e de origem suspeita. Essa peça desinformativa foi criada na interpretação de um relatório de autoria desconhecida, que colocava em dúvida o sistema eleitoral brasileiro. O documento conta com 70 páginas, visava as urnas usadas no primeiro turno das eleições.

O fio no *Twitter* teve a proposta de listar alguns pontos do suposto relatório, resumindo seu conteúdo, documento este que ficou famoso quando foi explicitado em uma *live* argentina no *YouTube* no dia 04 de novembro. O impacto social dessa publicação falsa é que o sistema eleitoral perde credibilidade aos olhos da população, podendo influenciar em uma interpretação diferente sobre a compreensão sobre a segurança e a lisura do sistema, havendo questionamentos sem comprovação da totalização dos votos e o sistema de votação.

A terceira matéria analisada foi publicada no site do Comprova no dia 10/11/22 e teve como título: *Empresário americano mente ao falar que 5,1 milhões de votos foram roubados de Bolsonaro no 2º turno*. Ela foi classificada pela iniciativa de checagem como *Falsa*.

O conteúdo investigado pelo Comprova foi um vídeo publicado em diferentes redes sociais (*Facebook, Twitter e Instagram*) e mostraria o discurso de um suposto jornalista de uma rede de TV norte-americana, Mike Lindell, afirmando que cerca de cinco milhões de votos foram “roubados” do candidato à reeleição Jair Bolsonaro nas eleições presidenciais do 2º turno.

A Informação é falsa, segundo a conclusão do Comprova, após a verificação e a análise das informações. A afirmativa de Mike Lindell não tem embasamento e comprovação técnica para comprovar o suposto roubo de cinco milhões de votos. As



afirmativas do suposto jornalista são consideradas, portanto, uma desinformação cujo objetivo é atacar o sistema eleitoral brasileiro, criando um contexto diferente da realidade com base em questões ideológicas e pessoais.

O objetivo desse vídeo desinformativo foi criar uma informação falsa, alegando que Bolsonaro teve 5 milhões de votos roubados nas eleições de 2022. O impacto social dessa publicação é a dúvida que gera sobre o sistema eleitoral brasileiro.

A peça desinformativa foi criada e reproduzida no *site Frank: The voice of free speech* (A voz do discurso livre), plataforma criada pelo Mike Lindell em 2021 para ser concorrente do *YouTube* e *Twitter* e também para o mesmo divulgar conteúdos falsos sem supervisão ou risco de banimento.

A quarta matéria retirada do site do Comprova foi publicada no dia 11/11/22, apresentando como título: *Vídeo distorce declaração de executiva da Pfizer sobre eficácia da vacina contra a Covid-19*. O conteúdo investigado foi um vídeo publicado no *TikTok* que mostra o discurso de Mislav Kolakusic, advogado e político croata, que supostamente mostraria a executiva da Pfizer, Janine Small, declarando sobre a ineficiência das vacinas no combate à Covid-19, durante um discurso no Parlamento Europeu em outubro de 2022.

Segundo o Comprova, o conteúdo é *enganoso*, pois visa distorcer declarações de autoridades médicas e sanitárias reforçando o discurso de negação em relação à eficiência das vacinas. Esse vídeo falso foi publicado no *TikTok*, uma mídia social popular de vídeos, que promoveu o compartilhamento viral e massivo de informações falsas sobre a vacinação, reforçando conteúdo negacionista e instigando a população a não tomar as doses de reforço dos imunizantes.

Essa distorção da fala de Janine Small é considerada pelo Comprova como *Enganosa*, por retirar a afirmativa da executiva de seu contexto original, tendo em vista alterar seu sentido.

Os dois vídeos (do Kolakusic e do Rob Ross) são distorções da fala de Janine Small, pois, além de informações enganosas e distorcidas, apresentam conteúdos sem embasamento, citando dados superficiais que não usam aparato científico e acadêmico para representar a realidade da *National Health Service* (NHS), além disso, não mostra todo o discurso da executiva na íntegra, tornando as informações passíveis de interpretações distantes da realidade.

A necessidade de investigar o vídeo está relacionada com uma informação falsa presente na publicação que estava sendo massivamente compartilhada nas redes sociais e



que traz interpretações que podem impactar negativamente no meio social, como a negação da eficácia das vacinas contra a Covid-19 e o reforço de discursos negacionistas e não científicos.

O objetivo dessa peça desinformativa foi distorcer a informação apresentada pela executiva da Pfizer, Janine Small. Seu impacto no meio social é relevante porque ajudaria a reforçar o discurso negacionista contra a vacina, não somente da Covid-19, mas de outras enfermidades e isso impactaria na vontade ou interesse da população em se imunizar contra as doenças.

Destaca-se que a peça desinformativa foi criada a partir de um vídeo com declarações do Kolakusic sobre o esclarecimento feito por Janine Small no parlamento europeu. A desinformação não está na edição do vídeo, mas na própria declaração do político croata.

A quinta matéria analisada nesta pesquisa foi publicada no website do Comprova no dia 14/11/22 com o título: *É falso que levantamento tenha revelado que Bolsonaro roubou R\$ 400 bilhões dos cofres públicos*.

O conteúdo investigado pelo Comprova foi um vídeo publicado no TikTok e Instagram, definido pela iniciativa como Falso. Essa publicação retrata um levantamento em que afirma que o presidente Jair Bolsonaro (PL) roubou R\$ 400 bilhões dos cofres públicos. Essa afirmativa está relacionada também com informações sobre o orçamento de 2023, no qual há uma projeção sobre um rombo com esse valor mencionado no vídeo falso.

A conclusão que o Comprova chegou, após analisar o vídeo é que a afirmativa de que o Bolsonaro teria roubado 400 bilhões dos cofres públicos é falsa e tem o objetivo de criar desinformação. Para completar, distorce informações apresentadas por Henrique Meirelles, ex-ministro da fazenda do governo Michel Temer, que estava se referindo ao orçamento de 2023, que apresentava um déficit de 400 bilhões.

A necessidade de investigar o vídeo deu-se em virtude dele influenciar no crescimento da desinformação no meio social, enganando a população sobre as ações do governo e do presidente, impactando negativamente na imagem do mandatário, além de distorcer informações relevantes, como o orçamento de 2023.

O objetivo dessa peça desinformativa foi enganar o público com uma informação inventada, na qual a fala de Henrique Meirelles, em uma entrevista para o Globo News, afirmou que a existência de um rombo orçamentário de 400 milhões nos cofres públicos



foi substituído com a afirmativa da Viliane Estrela de que Bolsonaro roubou essa cifra dos cofres públicos. O impacto dessa informação falsa no meio social é que ela atingiria negativamente a imagem de Bolsonaro e aumentaria os acirramentos e animosidades políticas em um contexto de polarização.

Ressalva-se que essa peça desinformativa foi criada em um vídeo gravado pela *influencer* Viliane Estrela, no qual ela distorce a fala do ex-presidente do Banco Central, criando conteúdos falsos propagados por meio de criação de conteúdo.

A sexta matéria do Comprova foi publicada no site no dia 14/11/22 e teve como título: *Vídeo de Janones é editado para falsamente sugerir que Lula quer acabar com o Auxílio Brasil*. O conteúdo investigado foi uma publicação no TikTok que contava com trechos de um vídeo gravado pelo deputado federal André Janones (Avante-MG) tendo como informação uma suposta denúncia por parte do deputado, alegando que o Auxílio Brasil deixaria de existir a partir do governo do presidente eleito Luiz Inácio Lula da Silva (PT). O vídeo também conta com legendas que reforçam essa informação.

Segundo o Comprova, a informação é *Falsa*, porque o deputado Janones fez o vídeo acusando o então presidente Bolsonaro e não o candidato à presidência Lula de estar acabando com o Auxílio Brasil, uma vez que com a política de gastos realizada pelo atual governo, não restariam verbas para manter o pagamento de R\$ 600 reais, inviabilizando a manutenção do auxílio.

O vídeo original, publicado no dia 09 de novembro de 2022, no *Instagram* de Janones, foi retirado do contexto, sendo editado para transmitir a ideia falsa de que a ação de extinguir o auxílio foi de Lula. O material distorce a realidade, mudando seu significado e visando espalhar desinformação sobre a temática.

Para provar que o vídeo original foi editado, o Comprova mostrou durante a reportagem reconstruída, após a verificação das informações, as partes modificadas entre o vídeo original e o falso, com frases que omitem o nome de Bolsonaro e onde aparece o nome de Lula no vídeo falso. Portanto, a verificação da agência mostrou que várias partes do vídeo foram cortadas e editadas, alterando seu conteúdo original.

O Comprova investigou esse vídeo falso porque ele consegue desacreditar as eleições, personalidades e instituições, mesmo após as eleições terem seus resultados já definidos, retirando a credibilidade das instituições democráticas e sendo combustível para movimentos e manifestações antidemocráticas.



O objetivo dessa peça desinformativa foi descontextualizar as declarações de Janones (Avante-MG). Essa publicação é impactante no meio social porque retrata sobre o fim do Auxílio Brasil (atual Bolsa Família), política social que visa à distribuição mais justa e igualitária de renda no Brasil, o que poderia impactar no meio social, pois o programa além beneficiar pessoas carentes movimentava a economia local.

Informar sobre o fim desse auxílio poderia criar sentimentos negativos para os beneficiários, causando distúrbios sociais. A estratégia utilizada para criar a peça desinformativa foi utilizar o vídeo original publicado no Instagram do deputado e fazer edições no mesmo, para transmitir a informação falsa e postar no *TikTok*.

A sétima matéria publicada no site do Comprova no dia 15/11/22, foi analisada nesta pesquisa devido à sua relevância, por retratar o sistema eleitoral brasileiro e a possibilidade de uma tentativa de golpe de estado, teve como título: *Foi um deputado e não o STF que entrou com notícia-crime contra ministro da Defesa*.

O conteúdo investigado foi um tuíte da rede social digital *Twitter* e tem como informação uma suposta acusação do autor do conteúdo de que o Supremo Tribunal Federal (STF) teria como alvo o Ministro da Defesa, Paulo Sérgio Nogueira por ter participado da auditoria sobre as urnas e se tornando alvo de uma notícia crime por parte do órgão judiciário.

O Comprova concluiu, depois da verificação e checagem das informações, que o tuíte é *Enganoso*, por atribuir um fato a um órgão que não foi o responsável pela notícia-crime, ou seja, essa ação não foi feita pelo STF, mas sim pelo deputado federal Elias Vaz (PSB-GO).

O deputado atribui a iniciativa em elaborar a notícia-crime contra o ministro da Defesa, porque essa atitude, por parte do integrante do governo Bolsonaro, poderia estimular ações golpistas e fazer com que as Forças Armadas fossem utilizadas de forma política, ferindo os princípios democráticos da Constituição de 1988.

A utilização do conceito de enganoso, neste caso, segundo o Comprova, está relacionada com a característica do tuíte de retirar fatos e acontecimentos de seu contexto original, uso de informações imprecisas, tendo como consequência a interpretação errônea da realidade por parte dos usuários que tiveram acesso à publicação no *Twitter*.

O que motivou a ação do deputado federal Elias Vaz com a notícia-crime contra o ministro Paulo Sérgio Nogueira foi o posicionamento do Ministério da Defesa após o relatório das Forças Armadas sobre as urnas eletrônicas ser concluído; não foram



encontradas fraudes. Mesmo com o relatório afirmando a lisura do processo eleitoral, o ministro pôs em dúvida os resultados das eleições e, por isso, segundo o deputado autor da notícia-crime, isso pode incidir em movimentos e manifestações antidemocráticas.

Portanto, a necessidade de investigar os conteúdos falsos e enganosos sobre o pleito eleitoral é que, pelo fato de o resultado das eleições já estar definido, essas peças desinformativas podem desacreditar o sistema eleitoral, pessoas públicas e políticas e instituições democráticas, podendo retirar a credibilidade do sistema democrático brasileiro.

O objetivo dessa peça desinformativa foi retirar o conteúdo do seu contexto original, com alterações para mudar seu uso, como a utilização de dados imprecisos e que tornam a compreensão confusa, modificando a interpretação sobre o acontecimento e a realidade. Esse tuíte falso traria impactos significativos no meio social, porque ele tenta induzir a possibilidade de golpe devido a uma suposta ação do STF em desafiar as forças armadas e com isso, a peça desinformativa ataca o sistema democrático e a harmonia entre as instituições, causando distúrbios institucionais.

A estratégia utilizada para a criação dessa peça desinformativa é a postagem do tuíte sobre um fato existente (protocolação da notícia-crime do deputado contra o ministro da defesa) criando uma interpretação pessoal e diferente da realidade, utilizando, com esse propósito, dados imprecisos que confundem o usuário do Twitter que venha a ter acesso a essa *fake news*.

A disseminação das *fake news* traz impactos sociais contundentes, ao inserirem os indivíduos que acessam as plataformas sociais em uma bolha definida pelo algoritmo, fazendo com que ele seja bombardeado por postagens e conteúdos relacionados ao que ele acredita, diminuindo seu senso crítico e a capacidade de discernir a informação verdadeira da errada.

A influência e o impacto das notícias falsas no meio social se devem não somente ao potencial amplo de disseminação por causa das tecnologias digitais e do *mobile*, mas também a um determinado contexto político, social e cultural.

Destaca-se que houve a expansão de movimentos radicais políticos, guerras ideológicas que polarizam a sociedade em dois grupos distintos, antagônicos e até mesmo rivais, causando insegurança, violência, medo, desconfiança com as instituições, aumento dos discursos de ódio e campanhas difamatórias que não se importam com a dignidade humana dos adversários (Alves; Maciel, 2020).



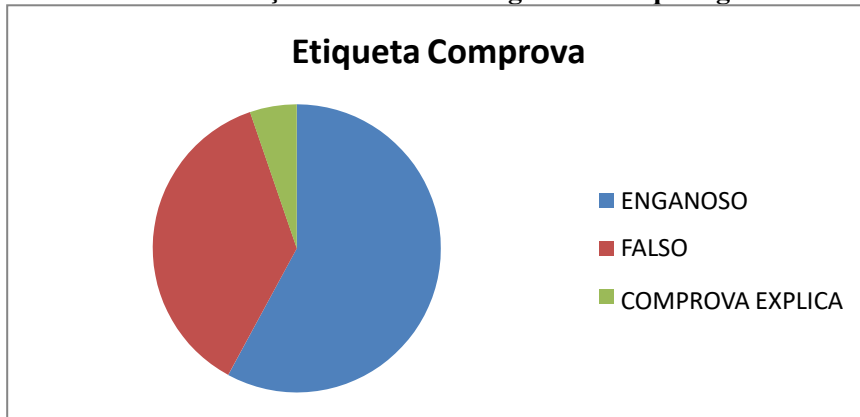


## 5 Informação jornalística e desinformação no Comprova: Principais resultados e discussões

As matérias analisadas seguiram uma ordem cronológica do Comprova, começando a ser investigadas a partir do dia 29 de outubro de 2022 e sendo finalizadas no dia 15 de novembro de 2022. A escolha das publicações investigadas e analisadas nesta pesquisa está relacionada a duas definições: a publicação antes e depois das eleições e a temática abordada, isso é, se ela apresentava relevância social naquele momento.

Após a análise das 12 matérias selecionadas, são apresentados os resultados nos gráficos a seguir.

**Gráfico 1 - Classificação das matérias segundo a etiquetagem do Comprova**



Fonte: Comprova (2022).

Nas matérias investigadas, 55% delas foram etiquetadas pelo Comprova como **Enganoso**, que é a retirada da informação do seu contexto original ou apresentar os eventos de forma incompleta ou imprecisa, causando confusão entre os usuários. Cerca de 35% das publicações do Comprova, analisadas nesta pesquisa, adotaram a etiqueta de informação **Falsa**, que seria a difusão de um conteúdo que não ocorreu de fato e foi criado para causar desinformação e apenas 5% foi etiquetado com a classificação do **Comprova Explica**, sendo a informação pesquisada e apresentada pelo projeto de um conteúdo falso que necessita ser mais bem explicada para os usuários.

A seguir, são apresentados os resultados sobre os principais formatos que as peças desinformativas utilizaram nas redes sociais e que propiciam facilidades no seu compartilhamento.

**Gráfico 2 - Peças desinformativas mais citadas pelo Comprova e seus suportes digitais**



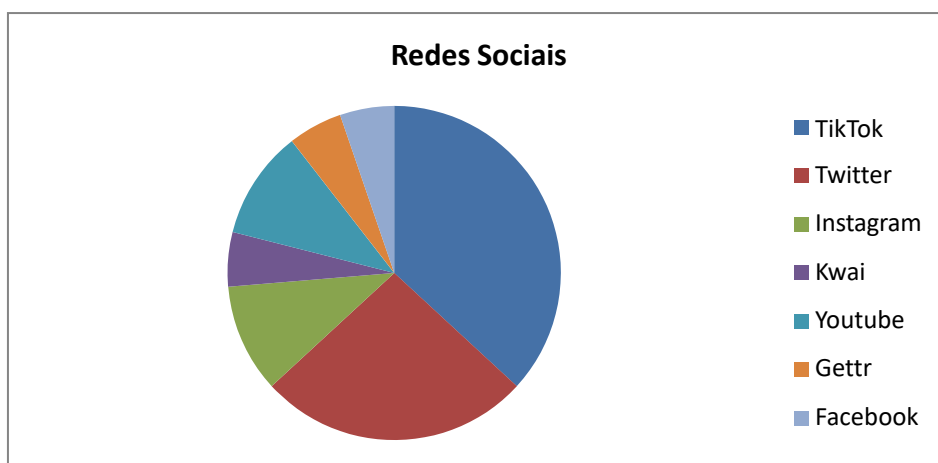
Fonte: Comprova (2022)

Percebeu-se que o suporte maior de peças desinformativas estavam nos vídeos, compartilhados nas redes sociais, por haver facilidade em divulgar esse tipo de informação.

Ele pode ser visualizado em qualquer rede social e em vários suportes tecnológicos (smartphones, computador, tablet), além de ser uma modalidade comunicativa eficiente, por contar com imagens em movimento e sons, tornando atrativo para os agentes da desinformação divulgar suas *fake news* nessa ferramenta. As demais peças desinformativas foram identificadas principalmente no Twitter.

Os resultados a seguir estão relacionados com as redes sociais nas quais essas peças desinformativas são encontradas com mais frequência.

**Gráfico 3 - Redes sociais mais citadas no compartilhamento de informações falsas**



Fonte: Comprova (2022)

Em relação às redes sociais, todas as principais redes foram citadas como fontes propagadoras da desinformação. A mais citada foi o TikTok, por ser uma plataforma de vídeos, atualmente uma das mais populares, permitindo a distribuição de conteúdos de forma livre e anônima. Além dessas facilidades de postagem de informações, essa liderança do TikTok está ligada ao quantitativo maior de vídeos sendo utilizados como peças desinformativas, assim como o YouTube e o Kwai.

O Twitter foi a segunda rede social mais citada nas matérias do Comprova, pois também é popular, por ser uma plataforma de maior interação entre as pessoas, que a usam para escrever e ler informações, o que possibilita o acesso aos conteúdos falsos.

Uma rede social menos conhecida e que também foi citada pelo Comprova como meio de divulgação de informações falsas foi a Gettr, utilizada por grupos de ideologia conservadora nos Estados Unidos (foi criada por Jason Miller, ex-assessor de Donald Trump) e no Brasil, utilizada principalmente por grupos bolsonaristas.

Uma característica que se percebeu em relação às matérias analisadas é que todas elas podem ser classificadas como desinformação, pois segundo a definição de Wardle e Derakhshan (2019), existem dois tipos de informação falsa: a *misinformation*, sendo a informação falsa sem a intenção de enganar e a *desinformation*, que tem essa intenção e, se entendeu que todas as matérias investigadas tinham o objetivo claro de desinformar, enganar causando prejuízos e desordem informacional.

Também notou-se que os agentes da desinformação se apropriam de todas as ferramentas possíveis do meio digital e das redes sociais para agir, sempre visando enganar, manipular e distorcer a realidade.

As redes sociais, como já explicado por Prazeres e Ratier (2020) se tornaram o centro de difusão e compartilhamento de informações falsas, isso é perceptível nas matérias analisadas nesta pesquisa, pois todas as informações falsas e enganosas checadas e verificadas pelo Comprova estavam presentes nas redes digitais. O TikTok e o Twitter foram as mais citadas, mas outras também se mostraram presentes nas publicações do Comprova; selecionadas neste trabalho, como o Youtube, Instagram, Facebook, Kwai e até mesmo o Gettr, uma rede social menos conhecida pelo público.

Uma das questões que chamou a atenção do Comprova e que definia as informações que seriam checadas e verificadas pela iniciativa era o alcance que a peça desinformativa tinha nas redes sociais. Era uma característica que possibilitava a

visibilidade e viralidade para conteúdos falsos e, além disso, possibilita mensurar como as pessoas reagem ao receber essas informações, pois muitos usuários acabavam se engajando, se interessando pela temática enganosa, compartilhando esse conteúdo falso para seus contatos.

Os agentes da desinformação conseguem se apropriar eficientemente do alcance que as peças falsificadas atingem nas redes sociais, pois as informações falsas contêm elevado engajamento social, chamam a atenção, contando assim com maior visibilidade no meio digital.

Em relação à rotina de produção, foram percebidas nas publicações diversas características colaborativas que definem a atuação do Comprova como complexa. O projeto precisa verificar o alcance das peças desinformativas, fazer uma pesquisa detalhada, utiliza palavras-chaves, avaliar as formas de acesso aos conteúdos falsos (na maioria das vezes pelas redes sociais), buscar por informações sobre a temática abordada pelos agentes desinformativos, vistoriar o conteúdo original, como vídeos e publicações, interagir com as assessorias de imprensa de pessoas citadas nas publicações, identifica documentos, como a MP nº1.045.

## 6 Algumas Considerações

A análise das matérias coletadas no site do Comprova permitiu detectar a presença dos conceitos de informação jornalística e desinformação. Em relação ao primeiro conceito, o Comprova usa as principais ferramentas desse tipo de produção, como a utilização de múltiplas fontes para embasar as checagens.

O que se pode compreender sobre a informação jornalística no Comprova é que passa pela função de checagem e apuração de informações. Essa função é inerente ao jornalismo, sendo considerada atualmente um tipo de produção definida como “jornalismo de verificação”. Essa nova nomenclatura foi criada devido a alguns motivos: a existência de um novo contexto social interligado com as redes sociais digitais, que faz com que o público buscasse informações em outras fontes diferentes dos meios de comunicação, como na internet.

Além disso, ocorreu um progressivo enxugamento das redações, o que sobrecarregou os jornalistas que não conseguem mais dar conta de determinadas demandas. O crescimento da concorrência e competitividade entre jornalistas, mídia e os



comunicadores informais (não jornalistas) fez com que a preocupação com o “furo jornalístico” fosse maior do que a veracidade dos fatos, além do fenômeno da desinformação e pós-verdade, em que as notícias falsas eram tão compartilhadas quanto as verdadeiras.

Outra característica do conteúdo jornalístico é o levantamento que o Comprova faz da informação publicada, a consulta de dados (como relatórios sobre as urnas disponíveis no site do TSE) e a análise de declarações de figuras proeminentes para alcançar a conclusão de informação verdadeira ou falsa. Em relação à desinformação, a presença de etiquetas nas matérias é uma forma do Comprova de classificar as informações entre enganoso e verdadeiro. O uso das etiquetas permite comunicar para o público sobre a desinformação naquela informação com a qual está tendo contato.

Percebe-se que as matérias analisadas pelo Comprova contam com características inerentes da desinformação, no qual o estado de espírito coletivo é caracterizado por acesso excessivo de informações, dificuldades de distinguir entre o verdadeiro e o falso e angústia das pessoas que convivem nesse contexto, sendo uma análise que se pode fazer do agrupamento brasileiro no período pós-eleitoral, no qual os indivíduos se apropriam das ferramentas presentes nas redes sociais para estimular a produção de *fake news* sobre o pleito eleitoral.

O objetivo desses agentes da desinformação era lançar dúvidas sobre o resultado das eleições presidenciais, com várias peças desinformativas abordando uma possível manipulação na vitória de Lula.

Por isso, entende-se que o Comprova utiliza a linguagem jornalística em suas publicações e os elementos principais desse formato de texto e também analisa sobre a desinformação, apresentando uma percepção da pós-verdade e desinformação com o meio jornalístico, tendo as *fake news* como um conceito aglutinador entre o jornalismo e a desinformação, por entender que a prática jornalística, além de ser de fácil compreensão no meio social, carrega em si a credibilidade para confrontar as *fake news* e ser uma alternativa nesse contexto de confusão informacional e de pós-verdade.

## Referências

ALVES, Marco Antônio Sousa; MACIEL, Emanuella Ribeiro Halfeld. **O fenômeno das fake news: definição, combate e contexto.** Internet & sociedade, 2020.



BAIRON, Sérgio *et al.* **Coalizão Democrática**: as eleições de 2022 e a garantia das instituições. São Paulo, Alexa Cultural, EDUA, 2021.

BARBOSA, Suzana. Jornalismo convergente e continuum multimídia na quinta geração do jornalismo nas redes digitais. In: CAVAVILHAS, João (coord.). **Notícias e Mobilidade. O Jornalismo na Era dos Dispositivos Móveis**. Portugal: Fundação Dialnet Covilhã., 2013. p. 33-54. ISBN 978-989-654-02-6

BENEDETI, Carina Andrade. **A qualidade da informação jornalística**: uma análise da cobertura da grande imprensa sobre os transgênicos em 2004. Universidade de Brasília, 2006.

BERTOCCHI, Daniela. **Dos dados aos formatos**: a construção de narrativas no jornalismo digital. Curitiba: Appris Editora e Livraria, 2016.

BITTENCOURT, Renato Nunes. **Verdade, informação e esclarecimento público na comunicação social**. Rio de Janeiro: Mauad Editora Ltda 2015.

BRISOLA, Anna; BEZERRA, Arthur Coelho. **Desinformação e circulação de “fake news”**: distinções, diagnóstico e reação. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, Londrina - Paraná, 2018.

CAMARGO, Caroline de Faria; NOLASCO, Loreci Gottschalk. O Fenômeno Do Firehosing E Os Impactos Da Desinformação. **Revista Jurídica Direito, Sociedade E Justiça**, v. 9, n. 13, p. 177-184, 2022.

CANAVILHAS, João. **Jornalismo para dispositivos móveis**: informação hipermultimediática e personalizada. Actas do IV CICLCS – Congresso Internacional Latino de Comunicação, 2012.

CARVALHO, Wellington; GUIMARÃES, Ádria Silva. **Desinformação, Negacionismo e Automedicação**: a relação da população com as drogas “milagrosas” em meio à pandemia da COVID-19. **InterAmerican Journal of Medicine and Health**, v. 3, 2020.

CARLOMAGNO, Márcio C.; DA ROCHA, Leonardo Caetano. **Como criar e classificar categorias para fazer análise de conteúdo**: uma questão metodológica. *Revista Eletrônica de Ciência Política*, v. 7, n. 1, 2016.

CORREIA, João Carlos. O novo ecossistema mediático e a desinformação como estratégia política dos populismos. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, v. 16, n. 2, p. 23-32, 2019.

CRUZ, Manuel João. **Fake News & Desinformação**: Estudo de caso numa instituição de ensino superior em Portugal. Repositório Científico do Instituto Politécnico de Viseu, Comunidades e Coleções, Tese de Doutorado, 2020. Disponível em: <http://hdl.handle.net/10400.19/6442>

D'ANDRÉA, Carlos; HENN, Ronaldo. Desinformação, plataformas, pandemia: um panorama e novos desafios de pesquisa. **Revista Fronteiras**, v. 23, n. 2, 2021.



DODEBEI, Vera. (Des) Informação e [Pós] Verdade: possíveis contextos discursivo-conceituais. **Em Questão**, v. 27, n. 2, p. 117-137, 2021.

FREIRE, Neyson Pinheiro et al. A infodemia transcende a pandemia. **Ciência & Saúde Coletiva**, v. 26, p. 4065-4068, 2021.

GALHARDI, Cláudia Pereira et al. Fato ou Fake? Uma análise da desinformação frente à pandemia da Covid-19 no Brasil. **Ciência & Saúde Coletiva**, v. 25, p. 4201-4210, 2020.

GODOY, Raysla Silva. **Na era da desinformação, quem tem personalidade é rei**: um estudo sobre informação política na rede social Instagram. 61 f. Trabalho de Conclusão de Curso – Bacharelado em Comunicação Social, Universidade de Brasília, 2020.

HALL, S. CHRITCHER, C. JEFFERSON, T. CLARKE, J. ROBERTS, B. 1999. **A produção social das notícias o mugging nos media**. In TRAQUINA, N. (Org.). *Jornalismo questões, teorias e “estórias”*. Lisboa VEJA, 1999.

LONGHI, Carla Reis. Informação jornalística: da mediação à midiatização. **Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, São Paulo, v. 38, p. 185-206, 2015.

LOPES, Felisbela. Uma proposta de um modelo taxonômico para a classificação de fontes de informação. Universidade de Minho. Editora Observatório da Comunicação (OberCom), **Revista Observatório Journal**, 2016. Disponível em: <https://hdl.handle.net/1822/44216>

NOBRE, J.-M Correia. **Teoria da informação jornalística**. Biblioteca Nacional de Portugal, editora Almedina, Leya, 2018.

PRAZERES, Michelle; RATIER, Rodrigo. O fake é fast? Velocidade, desinformação, qualidade do jornalismo e media literacy. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, v. 17, n. 1, p. 86-95, 2020.

RECUERO, Raquel. A rede é a mensagem: Efeitos da Difusão de Informações nos Sites de Rede Social. In: Eduardo Vizer. (Org.). Buenos Aires: Editorial La Crujía, v. 1, p. 205-223. 2012.

RECUERO, Raquel. #FraudenasUrnas: estratégias discursivas de desinformação no Twitter nas eleições 2018. **Revista brasileira de linguística aplicada**, v. 20, p. 383-406, 2020.

RECUERO, Raquel; SOARES, Felipe; ZAGO, Gabriela. Polarização, hiperpartidarismo e câmaras de eco: como circula a desinformação sobre Covid-19 no Twitter. Programa de Pós Graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense. **Revista Contracampo**, v. 40, n. 1, 2021.

ROSSI, Clóvis. **O que é jornalismo**. Editora Brasiliense, v.1, n.1, São Paulo, 2017.



SILVA, Fernanda de Barros da *et al.* **O regime de verdade das redes sociais on-line: pós-verdade e desinformação nas eleições presidenciais de 2018.** Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação. Dissertação do PPGCI-UFRJ, 2019.

SINTRA, Marta Catarina Dias. **Fake News e a Desinformação: Perspetivar comportamentos e estratégias informacionais.** Biblos – Revista do Instituto de Ciências Humanas e da Informação. Tese de Doutorado. 2019. Disponível em: <https://api.semanticscholar.org/corpusID:203098938>

SOUSA JÚNIOR, João Henriques de *et al.* Da Desinformação ao Caos: uma análise das Fake News frente à pandemia do Coronavírus (COVID-19) no Brasil. **Cadernos de prospecção**, v. 13, n. 2, edição especial, p. 331-346, 2020. Disponível em: <https://periodicos.ufba.br/index.php/nit/article/view/35978>

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.

YIN, Robert K. **Estudo de Caso: Planejamento e métodos.** 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

ZAGO, Gabriela da Silva. **Colapso de Contextos e Desinformação nas Mídias Sociais: as três mortes de Gugu Liberato no Twitter**<sup>1</sup>. Congresso Intercom – Universidade Federal da Bahia, 2020.

---

<sup>i</sup> Jornalista, historiador e Mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Sociedade, da Universidade Federal do Tocantins. São Luís, Maranhão – Brasil.

<sup>ii</sup> Docente do Curso de Jornalismo e do Programa de Pós-graduação em Comunicação e Sociedade, da Universidade Federal do Tocantins. Palmas, Tocantins – Brasil. Líder do Grupo de Pesquisa em Jornalismo e Multimídia (CNPq/UFT).