



CHECAGEM DE FATOS NO TWITTER: DESINFORMAÇÃO NAS ELEIÇÕES DO BRASIL EM 2022

Fact-checking on Twitter: Disinformation in the 2022 Brazilian Elections

Verificación de Hechos en Twitter: La Desinformación en las Elecciones de Brasil en 2022

Leonardo Pereira Tavares

Graduado em Comunicação Social pela Universidade Federal de Campina Grande
leonardoptavares@outlook.com

Gustavo de Souza Silva

Mestrando da Universidade Federal da Paraíba e pesquisador bolsista da Fundação de Apoio à Pesquisa do Estado da Paraíba
gustavodesouza.eu@gmail.com

Diogo Lopes de Oliveira

Professor Adjunto C4 do Curso de Comunicação Social da Universidade Federal de Campina Grande e Professor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal da Paraíba
diogo.lopes@professor.ufcg.edu.br

Resumo

Este estudo visa analisar a disseminação de desinformação relacionada à eleição presidencial do Brasil em 2022, através de um portal de *fact-checking* e na rede social Twitter. Desse modo, categorizamos postagens coletadas no mês de maio de 2022 com base em critérios de checagem de fatos, utilizando a linguagem de programação R por cinco semanas para classificar informações com base em quatro critérios de verificação e identificar qual o papel das redes sociais na disseminação de desinformação no período pré-eleitoral. O mascaramento de desinformação através de discursos opinativos e a repercussão de postagens classificadas como fatos através de portais jornalísticos apresentaram-se como consequências do contexto analisado pela pesquisa. Portanto, ressaltamos a importância do combate à desinformação, fomentando a comunicação como um ambiente mais democrático e educativo.

Palavras-chave: Checagem de Fatos. Desinformação. Eleições Presidenciais Brasileiras 2022.

Abstract

This study aims to analyze the dissemination of disinformation related to Brazil's presidential election in 2022 through a fact-checking portal and the Twitter social network. Thus, we categorize posts collected in May 2022 based on fact-checking criteria, using the R programming language for five weeks to classify information based on four verification criteria and identify the role of social networks in disseminating misinformation in the pre-election period. The masking of misinformation through opinionated discourses and the repercussion of posts classified as facts through journalistic portals presented themselves as consequences of



the context analyzed by the research. Therefore, we emphasize the importance of combating misinformation and fostering communication in a more democratic and educational environment.

Key words: Fact-checking. Disinformation. 2022 Brazilian Presidential Elections.

Resumen

Este estudio tiene como objetivo analizar la difusión de la desinformación relacionada con las elecciones presidenciales de Brasil en 2022 a través de un portal de verificación de hechos y en la red social Twitter. De esta manera, clasificamos las publicaciones recopiladas en mayo de 2022 en función de los criterios de verificación de hechos, utilizando el lenguaje de programación R durante cinco semanas para clasificar la información basada en cuatro criterios de verificación e identificar el papel de las redes sociales en la difusión de la información errónea en el período pre-electoral. El enmascaramiento de la información errónea a través de discursos de opinión y la repercusión de los puestos clasificados como hechos a través de portales periodísticos se presentaron como consecuencias del contexto analizado por la investigación. Por lo tanto, enfatizamos la importancia de combatir la información errónea, fomentando la comunicación como un entorno más democrático y educativo.

Palabras clave: Verificación de Hechos. Desinformación. Elecciones Presidenciales Brasileñas 2022.

1 INTRODUÇÃO

Com o avanço das tecnologias e o acesso à informação a todo momento, surge o desafio de munir a sociedade de informações verídicas. Diante do cenário de pandemia do novo coronavírus, o SARS-CoV-2 trouxe consigo um grande volume de informações e desinformações, causando uma infodemia¹. Este fenômeno foi perceptível principalmente na internet, onde foram disseminadas desinformações sobre o vírus, sua origem, sequelas e até mesmo curas milagrosas. Neste sentido, a comunicação pública da ciência tem um papel fundamental na compreensão da informação sobre a pandemia devido às rápidas mudanças em como a informação se torna disponível para o público por meio de organizações de notícias, de plataformas de publicação preprint e de acesso aberto, por meio de sites de educação (como o TED talks), e especialmente por meio das mídias sociais, tanto como uma ferramenta para divulgar e discutir todas as outras fontes (OLIVEIRA; MORENO; LEWENSTEIN, 2021).

Com a sociedade cada vez mais imersa em um contexto digitalizado, uma simples notícia pode viralizar no mundo em questão de segundos e, dependendo de sua origem e intencionalidade, pode causar danos e prejuízos às pessoas e às instituições. Desse modo,

¹ Neologismo referenciado pela Organização Mundial de Saúde (OMS) que significa grande aumento de informações sobre um determinado assunto.

percebe-se que as *fake news*², principalmente nas eleições, tomam grandes proporções com a intenção de difamar pessoas e desordenar momentos políticos.

Para auxiliar a população contra as *fake news*, ou como alguns pesquisadores (ALBUQUERQUE, 2020; WARDLE, 2017) preferem chamar “desinformação”, plataformas de *fact-checking*³ vêm sendo desenvolvidas em todo mundo a fim de mitigar os impactos dessas ocorrências. Segundo a Agência Lupa⁴, um dos maiores portais de *fact-checking* do Brasil, assim como outras plataformas que trabalham com a checagem dos fatos, a missão é combater a desinformação através da checagem de informação e da educação midiática, a partir do acompanhamento de noticiários de política, economia, cultura, educação entre outras vertentes, com objetivo de corrigir informações imprecisas e ampliar o compartilhamento de dados corretos (EQUIPE LUPA, 2015).

Com um novo recorte temporal e com o “controle” do vírus através das vacinas, o Brasil volta a ter suas informações em sua maioria focadas ao contexto político, principalmente por tratar-se de um ano eleitoral, 2022. Deste modo, esta pesquisa propõe ampliar discussões sobre desinformação e *fake news* durante a eleição presidencial do Brasil no ano de 2022.

Sabe-se que as inverdades propagadas por quaisquer meios de informação desorientam a população, além de colocar em risco a saúde física e mental de uma sociedade, como apresentado nas pesquisas de Spring (2020); Islam *et al.* (2020). Diante dessa problemática, é notória a importância de pesquisas que estimulem ou ofereçam meios de desenvolver uma visão crítica da informação, sejam elas verdadeiras ou descontextualizadas, a partir de questionamentos que motivem o indivíduo a pesquisar em fontes confiáveis. Assim, como pensado por Loicq (2012), a mídia-educação deve ser pensada como uma perspectiva emancipatória do cidadão, sendo uma verdadeira arma de defesa da democracia.

Sendo assim, este trabalho tem em vista analisar estratégias jornalísticas utilizadas por plataformas de *fact-checking* para auxiliar na identificação de desinformação na rede social Twitter.

Além disso, o percurso metodológico visa analisar estratégias jornalísticas de verificação de fatos através de uma plataforma de *fact-checking*, identificar informações que tiveram mais destaques no período de pré-campanha eleitoral no Twitter, analisar quais das

² “Notícias falsas”, em tradução livre.

³ “Checagem de fatos”, em tradução livre.

⁴ Disponível em: <https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/>. Acesso em 04 de novembro de 2022.

informações que circularam no Twitter sobre as eleições possuem desinformação em seu contexto e categorizar as postagens com base em critérios de checagem de fatos.

Percorrendo este itinerário, traremos os argumentos necessários para refletirmos sobre a principal problemática deste trabalho: avaliar a disseminação de desinformação em um portal de *fact-checking* e na rede social Twitter durante o período de pré-campanha presidencial do Brasil, em 2022.

2 DESINFORMAÇÃO: UMA PROBLEMÁTICA RECORRENTE NA SOCIEDADE

Claire Wardle, pesquisadora e co-fundadora da *First Draft News*, uma das principais organizações focada em lidar com a desinformação, afirma que o termo *fake news* não é útil, pois quando se estuda o fenômeno, percebe-se que existe uma complexidade maior dentre os diferentes tipos de desinformação. Uma delas seria o compartilhamento inadequado, sem ter a intenção de prejudicar; outro ponto é a desinformação criada com propósito de desinformar com dados totalmente imprecisos (WARDLE, 2017).

Essas nuances criam um ecossistema de informações como mostra a Figura 1, caracterizado por: i) mesinformação⁵ - conteúdo falso, mas compartilhado sem perceber que a informação contém inverdades, motivado principalmente por ideologia, política, religião, raça ou grupo étnico; ii) desinformação - conteúdo intencionalmente falso e criado para prejudicar; iii) malinformação⁶ - informações que são verdadeiras, porém são compartilhadas com intenção de prejudicar, em alguns casos podem haver distorções e reformulações.



Fonte: Adaptado de Wardle (2020).

^{5 6} Tradução do “Guia essencial da First Draft”.

Por outro lado, a checagem de fatos surge por volta do ano de 1991, quando o jornalista americano Brooks Jackson teve como um dos seus trabalhos checar fatos sobre as informações equivocadas disseminadas por políticos na eleição presidencial dos Estados Unidos entre George W. Bush e Bill Clinton (CAZETTA; REIS, 2019). Motivado e em busca dos fatos, em 2003, Brooks Jackson cria o primeiro site de checagem dos fatos, chamado de FactCheck.org⁷, que se encontra ativo até o momento desta pesquisa.

Com o passar dos anos e com os cenários políticos aproveitando-se da desinformação, as práticas de *fact-checking* foram se aperfeiçoando e tomando maiores proporções. O jornalismo investigativo acabou sendo um dos meios da sociedade se informar com fatos e descartar informações falsas.

Embora existam plataformas que auxiliam na verificação de fatos, encontrar fontes confiáveis em meio a uma infodemia é um processo longo, principalmente em surtos de informação, como a pandemia causada pelo vírus SARS-CoV-2. Logo, prevenir-se, assim como seguir as recomendações do Ministério da Saúde e da Organização Mundial da Saúde (OMS), apresentou-se como a melhor alternativa até que estudos fossem realizados, checados, comprovados e a ciência pudesse chegar a um consenso.

Diante disso, entender o método de checagem das plataformas de *fact-checking* para auxiliar pessoas ou simplesmente despertar o senso crítico de questionar fontes, meios e noticiários torna-se vital para o desenvolvimento do indivíduo frente aos meios de comunicação.

2.1 As iniciativas de *fact-checking* no Brasil

Os primeiros projetos nacionais surgiram em 2010 com o Mentirômetro e Promessômetro⁸, criado pelo jornal Folha de São Paulo durante as eleições presidenciais (PRADO; MORAIS, 2018). O mentirômetro classificava as falas dos candidatos à presidência como “verdade”, “não é bem assim”, “aumentou e distorceu” ou “mentira”.

Outros projetos no Brasil foram tomando forma como o blog Preto no Branco idealizado pela jornalista Cristina Tardáguila, em 2014, no Jornal O Globo. Inspirado no FactCheck.org, o projeto visou colocar “à prova o discurso dos candidatos que disputam a eleição deste ano” (TARDÁGUILA, 2014). Tardáguila foi uma das precursoras dos portais de *fact-checking* no

⁷ Disponível em: <https://www.factcheck.org/>. Acesso em 23 de março de 2022.

⁸ Mentirômetro e Promessômetro são neologismos que fazem analogia aos instrumentos de medição. Nestes casos aplicam-se, respectivamente, a questão das desinformações causadas por mentiras ou promessas.

Brasil. Após deixar o jornal O Globo, do qual era editora de política, a jornalista fundou a Agência Lupa, que viria ser a primeira plataforma totalmente dedicada à checagem de fatos. Em seguida, em 2015, surge a agência Aos Fatos, plataforma criada pela jornalista Tai Nalon (SEIBT, 2019).

Avaliando o cenário atual, de acordo com a plataforma *Duke Reporter's Lab*⁹, hoje existem cerca de 353 plataformas de *fact-checking* ativas ao redor do globo, enquanto no Brasil existe um total de nove verificadores reconhecidos. É importante destacar que estudos e técnicas têm sido aperfeiçoados durante os anos sobre as plataformas de *fact-checking*, mas é preciso entender que esses meios também têm suas limitações e que nem tudo é checável. A agência de checagem Lupa, relata que existe um limite, na plataforma:

[...] não checa opiniões (a não ser quando elas sejam contraditórias e, nesse caso, levam essa etiqueta). A Lupa não faz previsões de futuro. Não aponta tendências nem avalia conceitos amplos. Esforça-se para verificar o grau de veracidade de frases que contenham dados históricos, estatísticos, comparações e informações relativas à legalidade ou constitucionalidade de um fato (SANTOS; MAURER, 2020, p.11)

Esses limites implicam conceitos amplos e complexos, que dificultam o processo de checagem. Nessa perspectiva, ao apontar os resultados deste trabalho, utilizaram-se os critérios analisados pela Agência Lupa para os *tweets*¹⁰ classificados como “não checáveis”.

3 METODOLOGIA

A metodologia proposta nesta pesquisa baseia-se nas pesquisas desenvolvidas por Tavares, Magalhães e Brito (2020) e Tavares e Almeida (2021). O percurso metodológico foi dividido em seis etapas. A primeira etapa consistiu-se na escolha da plataforma de *fact-checking* para filtrar as desinformações. Após a realização de levantamentos, optou-se pela Agência Lupa, por ser uma das precursoras da checagem dos fatos no Brasil.

Posteriormente, na segunda etapa realizou-se o levantamento de desinformações verificadas pela plataforma de *fact-checking* Agência Lupa, sobre a eleição presidencial de 2022, no Brasil. Em seguida, analisou-se as notícias classificadas como desinformação pela plataforma, que envolviam as eleições de forma direta ou indireta de todo o mês de maio. Ao realizar toda a listagem de notícias sinalizadas com inverdades em seu contexto, seguiu-se para

⁹ Disponível em: <https://reporterslab.org/fact-checking/#>. Acesso em 24 de março de 2022.

¹⁰ *Tweets* (plural para *tweet*) são publicações realizadas através da rede social Twitter.

a terceira etapa, que identificou as três palavras-chave mais recorrentes nessas desinformações, por meio de uma nuvem de palavras com o intuito de observar os termos que mais foram mencionados ao longo do mês.

A quarta etapa propôs solicitar a obtenção de dados informativos da rede social Twitter, escolhida por tratar-se de uma rede social de grande proporção de divulgação e disponibiliza dados para pesquisas científicas. A plataforma conta com mais de 217 milhões de usuários ativos diários com o seu quarto maior público no Brasil, com cerca de 19,05 milhões de usuários ativos apenas no mês de janeiro de 2022 (BRAUN, 2022).

A obtenção dos dados do Twitter partiu do preenchimento de um formulário de adesão, que habilita o interessado aos dados de publicação de toda a rede social. É importante destacar que, devido às políticas de privacidade do Twitter, não é permitido identificar usuários. Nesse caso, será analisado o conteúdo da publicação e o tipo de usuário (se possui selo de verificado¹¹ pelo Twitter).

Por sua vez, a quinta etapa utilizou dados disponibilizados pelo Twitter através do uso da linguagem de programação R (TEAM, 2013). A busca pelos dados teve enfoque nas palavras de maior frequência da nuvem de palavras. Para isso, durante cinco semanas do período de pré-campanha - 12 de junho a 10 de julho de 2022 - analisou-se toda a repercussão e o compartilhamento dessas palavras no contexto político de 2022 e selecionados os 10 *tweets* que mais sofreram repercussão durante a semana.

A coleta aconteceu semanalmente em horários pré-estabelecidos (aos domingos, às 22 horas). Por exemplo, a primeira coleta englobou os *tweets* criados a partir das 22:01h do dia 12/06/2022 até às 22h do dia 19/06/2022. Esse intervalo de tempo foi constituído para eliminar *tweets* duplicados e com o intuito de coletar a maior quantidade de *tweets* possíveis que contribuiriam para a desinformação durante o respectivo ano eleitoral. Nessa perspectiva, as análises ocorreram nos dias 12, 19 e 26 de junho e 3, 10 de julho. Cada busca analisou o total de 1 milhão de postagens (*tweets*), no idioma português.

Assim como proposto na metodologia de Tavares, Magalhães e Brito (2020, p. 301), “foram elencados os *tweets* originais mais relevantes, publicações oriundas de compartilhamento (*retweets*¹²) foram desconsideradas com o intuito de facilitar a análise dos dados, com base na quantidade de interações (curtidas) recebidas”.

¹¹ Verificação no Twitter informa às pessoas que uma conta de interesse público é autêntica. Geralmente é analisada a quantidade de seguidores, menções ao usuário, cargo social, entre outras vertentes.

¹² A palavra “*retweets*” significa replicação ou compartilhamento do *tweet*.

A sexta e última etapa foi a de classificação dos *tweets* em desinformação, malinformação, fatos e não checáveis, seguindo o pensamento de Wardle (2020) quando se refere a desinformação e malinformação e conceitos aplicados pela Agência Lupa ao classificar fatos e não checáveis, como mostra a Figura 2.

Figura 2 - Classificação de tweets checados



Fonte: Elaboração própria.

Todo o processo de checagem dos *tweets* foi realizado pelos autores. Os símbolos desenvolvidos na Figura 2 foram utilizados na classificação dos *tweets* em destaque no tópico de resultados deste trabalho. É importante ressaltar que a quantidade de curtidas e *retweets* é totalmente relacionada ao momento da coleta. Caso seja realizada uma nova análise em dias diferentes, mas com o recorte da mesma semana utilizada nesta pesquisa, os números serão diferentes. Isso dá-se pela repercussão causada nos dias após a coleta.

4 RESULTADOS

A coleta de dados na Agência Lupa foi finalizada no dia 31 de maio de 2022 às 23:59h, totalizando 25 desinformações verificadas pela agência sobre a eleição presidencial de 2022. Ao analisar as palavras mais mencionadas foi obtido um total de 2.249 palavras, das quais cerca de 2.105 eram conectivos de frases ou palavras que não apareceram mais de quatro vezes ao longo da verificação, o que se tornou irrelevante para a próxima etapa. Sendo assim, foram inseridas na nuvem de palavras (Figura 3), as 144 palavras mais mencionadas.

Figura 3 - Nuvem de palavras



Fonte: Adaptador pelo autor - projeto criado em wordclouds.com.

A Tabela 1 destaca as dez palavras que tiveram mais menções ao longo de todas as notícias verificadas pela Lupa. Nesta amostra, é possível perceber em destaque termos como “redes sociais”, “Facebook” e “Whatsapp”.

Um estudo realizado na Universidade de Columbia relata que existe uma distância entre as pessoas que compartilham e que clicam no *link* para conferir a informação. A análise mostra que 59% das pessoas que compartilham conteúdos não realizam a leitura completa do material compartilhado. Dessa forma, uma mensagem sensacionalista pode tomar grandes proporções, tornando as redes sociais, um meio atrativo e de maior proporção para disseminação de desinformação (DEWEY, 2016).

Outras palavras em destaque foram “Vídeo” e “Gravação” (Tabela 1), que em alguns casos (Figuras 9 e 10), mostraram-se presentes por *deepfakes*¹³, nas quais manipulam-se áudio, imagem ou ambos, sendo uma das formas de compartilhar desinformação e ludibriar a população.

Tabela 1 - Quantidade de vezes das palavras mencionadas na checagem

¹³ Segundo Prado (2021, p. 47), são consideradas como *deepfakes* as manipulações de vídeo e/ou áudio com objetivo de “deturpar, tirar do contexto ou degenerar a realidade” de um indivíduo.

Palavra	Quantidade de menções
Lula	89
Vídeo	64
Bolsonaro	43
Facebook	41
Redes sociais	41
Ex-presidente	34
Presidente	32
Whatsapp	25
Gravação	22
Urna	20

Fonte: Elaboração própria.

Em seguida, este estudo identificou as três palavras mais mencionadas durante as checagens do mês de maio: i) Lula = 89 menções; ii) vídeo = 64 menções; iii) Bolsonaro = 43 menções. O resultado exposto destaca dois candidatos, o ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva e o atual presidente Jair Messias Bolsonaro, principais concorrentes à presidência do Brasil, em 2022.

A próxima etapa, realizada semanalmente a partir da linguagem de programação R, buscou no Twitter o desempenho dos três termos na época de pré-campanha. Na primeira semana, iniciada no dia 12 de junho até 19 de junho de 2022, foram realizados ensaios para conferir os resultados e possíveis erros. Após o teste, no dia 12 de junho, foi dado início à jornada de cinco semanas. Às 22h do dia 12, realizou-se a primeira coleta, que analisou mais de 1 milhão de *tweets* em cada palavra-chave. O termo “bolsonaro” obteve cerca de 96 *tweets* em destaque, o termo “lula” obteve 56 e o termo “vídeo” resultou em 100 *tweets*. Dentre os *tweets* encontrados, os dez mais relevantes foram analisados.

Na primeira coleta, com o termo "lula", entre os dez *tweets* mais relevantes foram obtidos uma malinformação, dois fatos e sete não checáveis. O *tweet* que teve maior relevância acumulou mais de 56.700 curtidas, 6.632 *retweets* sendo classificado como não checável, por se tratar de dados conjuntos de opinião do usuário. Por outro lado, as duas malinformações checadas mostram os *tweets* com conteúdo mal-intencionados que utilizam de fontes e até chegam a citá-las para distorcer e pôr sua opinião como verdade (Figura 4).

Figura 4 - Primeira coleta de tweets em destaque do termo "lula"

O Presidente do @STF_oficial afirma que processos foram anulados formalmente mas os roubos aconteceram. Entendam! Lula não é e nunca será inocente.

[Translate Tweet](#)

Imaginem se o presidente Jair Bolsonaro, numa entrevista à imprensa, chamasse um jornalista de “moleque” e ameaçasse jogá-lo “pela janela”. Melhor nem pensar. O ex-prefeito de Belo Horizonte, estrela da candidatura Lula, fez exatamente isso. A mídia não deu um pio.

[Translate Tweet](#)



Fonte: Elaboração própria.

Como mostra a Figura 4, o *tweet* trata de um vídeo sobre a fala do ministro Luiz Fux, presidente do Supremo Tribunal Federal (STF), no qual ele diz: “Muito embora tenha havido uma anulação formal, mas aqueles R\$ 50 milhões das malas eram verdadeiros, não eram notas americanas falsificadas”.

Nesta perspectiva, através da análise do Yahoo!Notícias, meio de checagem para este *tweet*, é sabido que a fala do ministro Luiz Fux faz alusão ao caso do ex-ministro Geddel Vieira Lima¹⁴ e ao processo contra o ex-executivo da Petrobras, Pedro Barusco¹⁵. Embora o ex-presidente Lula não seja mencionado, o vídeo repercutiu entre os aliados do atual presidente Jair Bolsonaro (FERREIRA, 2020). A explanação do usuário se mantém verdadeira em um primeiro momento, ao mencionar a fala em suma, entretanto, existem algumas reformulações, principalmente quando o *tweet* substitui alguns termos como “roubos”.

O segundo *tweet*, com malinformação, contém verdade, entretanto, utiliza dessa informação para manifestar seu ponto de vista e criticar o candidato de oposição, a alusão é feita ao ex-prefeito Kalil, de Belo Horizonte, em uma entrevista¹⁶.

Por conseguinte, o termo “vídeo”, por tratar-se de uma palavra abrangente, que foge da delimitação das eleições presidenciais, evidenciou-se apenas os *tweets* que abordavam a

¹⁴ Disponível em: <https://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2019/10/22/stf-condena-geddel-vieira-lima-no-caso-dos-r-51-milhoes-encontrados-em-apartamento.ghtml>. Acesso em 04 de novembro de 2022.

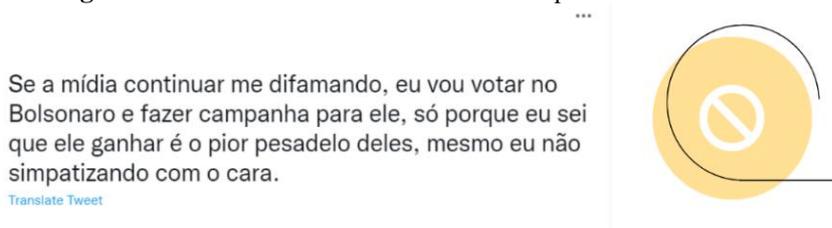
¹⁵ Disponível em: <https://veja.abril.com.br/politica/justica-determina-que-delator-devolva-mais-r-90-milhoes/>. Acesso em 04 de novembro de 2022.

¹⁶ Disponível em: <https://veja.abril.com.br/politica/questionado-sobre-reportagem-de-veja-kalil-ameaca-jogar-dj-pela-janela/>. Acesso em 06 de julho de 2022.

temática eleitoral. Dentre os dez *tweets* em destaque, apenas cinco referiam-se a política, sendo quatro fatos e um não checável. Dentre os fatos, cerca de três *tweets* mencionaram a visita do presidente Jair Bolsonaro aos Estados Unidos, onde houve uma “motociata”¹⁷ e a inauguração do vice-consulado do Brasil em Orlando (Gomes, 2022).

No termo “bolsonaro”, foi possível identificar uma malinformação, três fatos e seis *tweets* não checáveis. O *tweet* que mais teve destaque contava com 71.558 curtidas e 3.472 *retweets*, classificado como não checável como mostra a Figura 5.

Figura 5 - Primeira coleta de tweets em destaque do termo “bolsonaro”



Fonte: Elaboração própria.

O *tweet* classificado como malinformação é o mesmo apresentado anteriormente na Figura 4, quando se faz alusão é feita ao ex-prefeito Kalil, de Belo Horizonte, devido à redundância optou-se por não acrescentá-la novamente.

A segunda coleta e análise com o termo “lula” resultou em duas malinformações, três fatos e cinco não checáveis. Os *tweets* em destaque na Figura 6 ilustram os mais relevantes ao longo da análise semanal, principalmente por serem temas recorrentes em outros *tweets* da coleta, que acabaram sendo classificados como não checáveis.

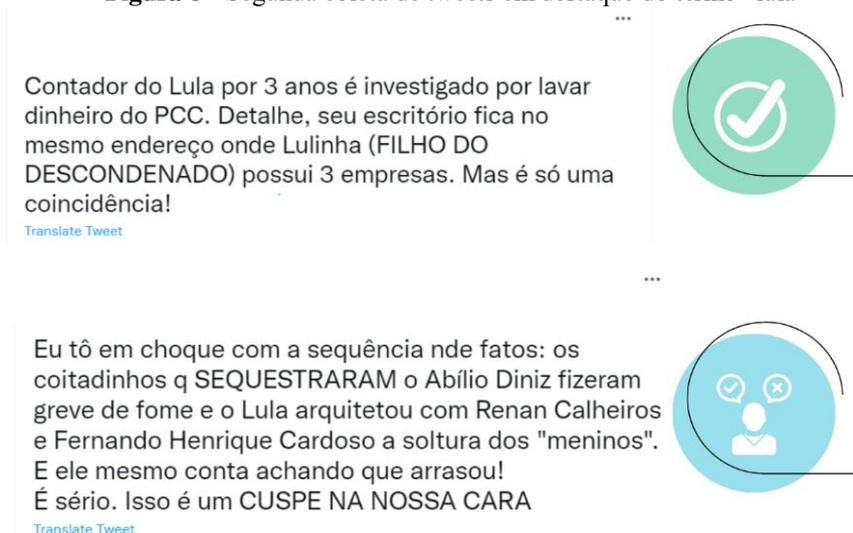
O *tweet* mais relevante foi classificado como verdade. O ex-contador do ex-presidente Lula, João Muniz Leite, foi investigado por lavagem de dinheiro¹⁸. Outro detalhe verificado e exposto no *tweet* é que o escritório do ex-contador¹⁹ está localizado no mesmo prédio/endereço que o do filho de Lula, Fábio Luís Lula da Silva²⁰. Esses dados foram checados em portais de transparência empresariais vinculados ao Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica (CNPJ), a partir do nome dos envolvidos e realmente condizem com a informação publicada.

¹⁷ Uma passeata formada por motocicletas.

¹⁸ Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/politica/contador-ligado-a-lula-e-suspeito-de-lavar-r-16-milhoes-em-loteria-com-pcc/>. Acesso em 08 de julho de 2022.

¹⁹ Disponível em: <https://transparencia.cc/dados/socios/526218/joao-muniz-leite/>. Acesso em 08 de julho de 2022.

²⁰ Disponível em: <https://cnpj.services/qla/fabio-luis-lula-da-silva>. Acesso em 08 de julho de 2022.

Figura 6 - Segunda coleta de tweets em destaque do termo “lula”

Fonte: Elaboração própria.

O segundo *tweet* apresentado na Figura 6, retrata uma malinformação que circula na internet. Essa mesma temática é abordada em outro *tweet* classificado como malinformação, devido a não redundância de apresentar a mesma análise é exposta a que mais se destacou. O *tweet* em questão aborda um vídeo do ex-presidente Lula, em um evento, em Maceió. O *tweet* analisado compartilha a declaração do ex-presidente sobre o caso do sequestro do Abílio Diniz em 1989; o tal vídeo, faz um recorte da fala do atual candidato, em que ele diz que ajudou a liberar os presos envolvidos no sequestro do empresário Abílio Diniz. O vídeo é verdadeiro, entretanto, são notórias algumas malinformações. O vídeo apresenta apenas uma parte da fala do Lula; além disso, ao analisar a notícia é entendido que os sequestradores foram extraditados do Brasil para os seus respectivos países, cumprindo sua sentença conforme a lei de cada nação, sendo importante ressaltar que dos dez sequestradores, apenas um era brasileiro (ALVES, 2022).

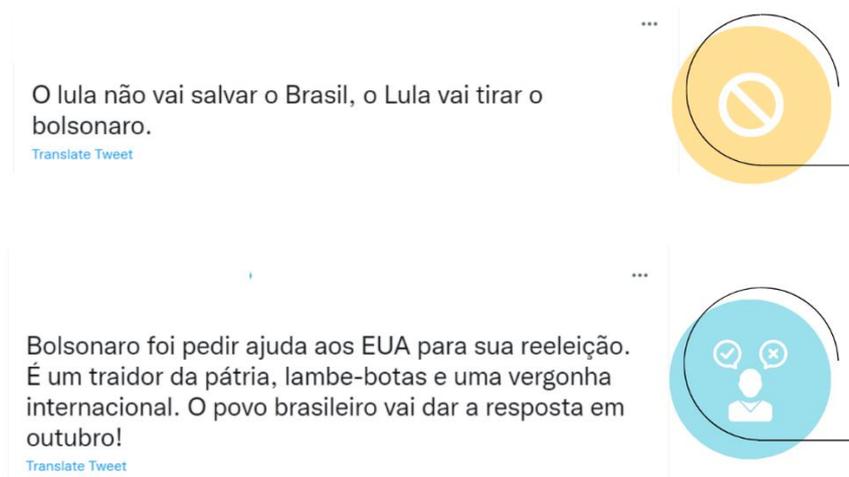
O termo “vídeo”, nesta segunda coleta, trouxe dois fatos e oito não checáveis. Entretanto, como esperado, dentre o termo analisado, apenas três *tweets* referenciavam de alguma forma o momento eleitoral do Brasil. Os três *tweets* foram classificados como fatos que partiram de uma conta verificada: era um vídeo do atual presidente em uma motociata em Belém - Pará²¹; o outro fato parte de uma das idas do presidente a Natal - Rio Grande do Norte,

²¹ Disponível em: <https://www.oliberal.com/politica/bolsonaro-ja-esta-em-belem-e-participa-de-motociata-1.550073>. Acesso em 10 de julho de 2022.

onde ele fez a entrega de programas de Internet Brasil e de títulos fundiários²², corroborando para os fatos dos *tweets* analisados.

Ao analisar o termo “bolsonaro” na segunda coleta, obteve-se um *tweet* com malinformação, sete não checáveis e dois verdadeiros. O *tweet* que teve maior destaque no termo atingiu mais de 140 mil curtidas e cerca de 16.553 *retweets*. Ele é sinalizado na Figura 7 como não checável, que partiu de um usuário verificado.

Figura 7 - Segunda coleta de *tweets* em destaque do termo “bolsonaro”



Fonte: Elaboração própria.

Ainda na Figura 7, podemos observar uma malinformação, que mostra uma notícia recorrente nas análises de junho, que retrata o encontro do presidente Jair Bolsonaro com o atual presidente dos Estados Unidos, Joe Biden²³. O encontro ocorreu em Los Angeles na segunda semana de junho. A afirmação em questão é que o atual presidente do Brasil teria pedido ajuda para sua campanha, algo que foi notificado por um site norte-americano e que rapidamente se espalhou nos principais portais do Brasil. Ao relatar a informação, o usuário, que também é verificado pelo Twitter, traz questões do noticiário caracterizadas como verdades. Entretanto, aproveita a oportunidade para trazer suas opiniões e gerar uma situação que desfavoreça o atual presidente.

Seguindo para a terceira coleta, o termo “lula” obteve quatro *tweets* considerados fatos e seis não checáveis. O *tweet* que mais obteve curtidas foi classificado como verdadeiro, como ilustra a Figura 8.

²² Disponível em: <https://www.natal.rn.gov.br/news/post2/37012>. Acesso em 10 de julho de 2022.

²³ Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/noticia/2022/06/12/bolsonaro-pediou-a-biden-ajuda-para-conseguir-reeleicao-diz-agencia-bloomberg.ghtml>. Acesso em 07 de julho de 2022.

Figura 8 - Terceira coleta de *tweets* em destaque do termo “lula”

Os grupos que mais rejeitam Bolsonaro são os desempregados (66%), pretos (63%), nordestinos (62%), estudantes (62%), mulheres (61%), jovens (60%) e os mais pobres (60%).

A maior rejeição a Lula ocorre entre os mais ricos (57%) e homens (41%).

Isso diz tudo.

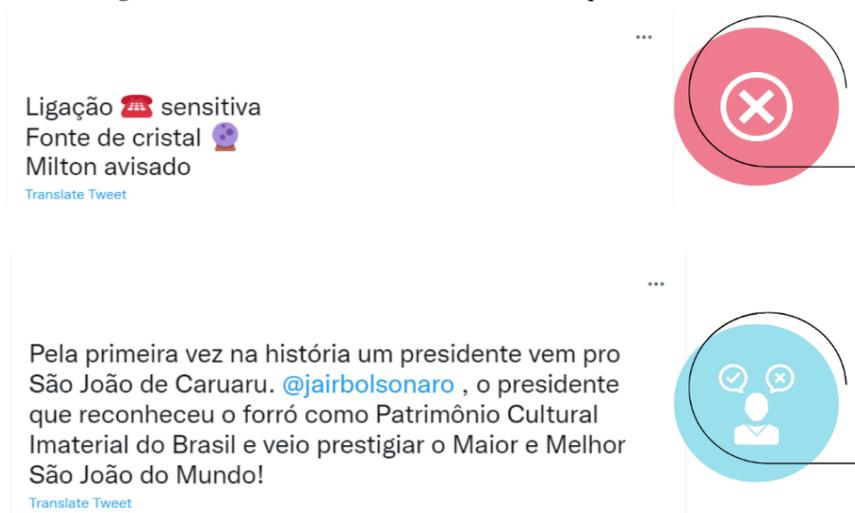
[Translate Tweet](#)



Fonte: Elaboração própria.

O *tweet* ilustrado acima é de uma pessoa pública verificada. Além disso, traz informações sobre uma pesquisa do Datafolha²⁴, todos os dados conferem com as informações publicadas na pesquisa (GIELOW, 2022).

Por outro lado, com relação ao termo vídeo, dentre os dez *tweets* que mais se destacaram durante a semana de coleta, apenas dois envolviam as eleições ou os candidatos, sendo um *tweet* classificado como desinformação e o outro como malinformação (Figura 9).

Figura 9 - Terceira coleta de *tweets* em destaque do termo “vídeo”

Fonte: Elaboração própria.

Como ilustrado na Figura 9, o primeiro *tweet* compartilha um áudio do que seria uma conversa do presidente Jair Bolsonaro com o ex-ministro da Educação Milton Ribeiro. Embora não se intitule como presidente, a voz remete rapidamente a ele, mas o áudio é falso, possui

²⁴ Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2022/06/datafolha-55-dizem-nao-votar-em-bolsonaro-de-jeito-nenhum-ante-35-em-lula.shtml>. Acesso em 11 de julho de 2022.

imitação de sua voz. O *tweet* faz alusão a uma suposta conversa do Milton Ribeiro com sua filha²⁵, na qual ele afirma que o presidente teria o ligado (TAVARES, 2022). O ex-ministro Milton Ribeiro foi preso no dia 22 de junho de 2022²⁶ e segue sendo investigado por prática de tráfico de influência e corrupção na liberação de verbas do Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação (FNDE), órgão ligado ao Ministério da Educação. Investigações continuam sendo realizadas para entender se houve interferência do então presidente.

O segundo *tweet* classificado como malinformação, afirma erroneamente que foi a primeira vez que um presidente compareceu ao São João de Caruaru, uma vez que a ex-presidenta Dilma Rousseff fez uma visita em 2011 a festividade²⁷. Na parte seguinte, é possível realizar a checagem e confirmar que o presidente participou de um evento para o reconhecimento do forró como patrimônio cultural do Brasil, em 2021²⁸.

Seguindo para a análise do termo “bolsonaro” da terceira coleta, obteve-se uma malinformação, quatro fatos e cinco não checáveis. O *tweet* de maior destaque no termo em questão foi o mesmo do termo “lula” ilustrado na Figura 8. Isso ocorreu pelo fato do *tweet* mencionar ambos os termos. Por outro lado, o *tweet* que conteve malinformação, faz alusão a uma “Marcha para Jesus”²⁹, evento religioso que teve a presença do presidente Jair Bolsonaro em Santa Catarina no dia 25 de junho (Figura 10).

Figura 10 - Terceira coleta de *tweet* em destaque do termo “bolsonaro”

Novos números do DataPovo. Em Balneário Camboriú eram esperados 50 mil eleitores do Bolsonaro. Mas apareceram apenas 1,5 mil pessoas. Fracasso absoluto, iiiihaaaaaaa.

[Translate Tweet](#)



Fonte: Elaboração própria.

O *tweet* relata que o evento esperava cerca de 50 mil pessoas. A informação é verdadeira, entretanto o *tweet* informa que apenas 1,5 mil pessoas compareceram ao evento,

²⁵ Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/noticia/2022/06/24/milton-ribeiro-diz-ter-recebido-ligacao-de-bolsonaro-ele-acha-que-vao-fazer-uma-busca-e-apreensao.ghtml>. Acesso em 12 de julho de 2022.

²⁶ Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/noticia/2022/06/22/entenda-por-que-milton-ribeiro-foi-preso.ghtml>. Acesso em 12 de julho de 2022.

²⁷ Disponível em: <https://extra.globo.com/noticias/brasil/presidente-dilma-rousseff-faz-agenda-popular-no-sao-joao-de-caruaru-em-pernambuco-2096111.html>. Acesso em 12 de julho de 2022.

²⁸ Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2021-12/presidente-participa-de-evento-que-reconhece-forro-como-patrimonio>. Acesso em 12 de julho de 2022.

²⁹ Disponível em: <https://g1.globo.com/sc/santa-catarina/noticia/2022/06/25/bolsonaro-chega-a-sc-para-participar-de-evento-religioso-marcha-para-jesus-balneario-camboriu.ghtml>. Acesso em 13 de julho de 2022.

caracterizando uma malinformação, pois informações da Polícia Federal de Balneário Camboriú confirmou a presença de cerca de 25 mil pessoas³⁰.

Seguindo para a quarta semana de coleta no termo “lula”, obteve-se uma desinformação, quatro fatos e cinco não checáveis. O *tweet* considerado desinformação faz a seguinte postagem: “Era Lula que mandava no PCC ou o PCC que mandava em Lula?”. Este *tweet* assim como alguns não checáveis dessa quarta semana abordaram essa mesma temática em questão. O *tweet* retrata uma suposta acusação do publicitário Marcos Valério sobre a relação do ex-presidente Lula e o Partido dos Trabalhadores (PT) com a facção criminosa Primeiro Comando da Capital (PCC), que supõe o envolvimento do assassinato do então prefeito de Santo André, Celso Daniel³¹, ao PT. Com a alta repercussão da notícia pelo partido adversário, ligado ao atual presidente Bolsonaro, o ministro Alexandre de Moraes, do Tribunal Superior Eleitoral (TSE), determinou no dia 17 de julho de 2022 a exclusão de publicações nas redes, tratando como desinformação³². É importante ressaltar que o *tweet* coletado não foi exposto na análise, pois o mesmo já não se encontra ativo.

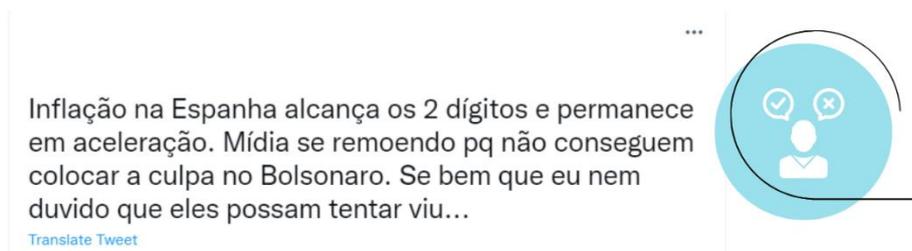
No termo “vídeo” obteve-se 2 *tweets* que envolviam as eleições, ambos foram classificados como não checáveis, e abordam o ex-presidente Lula. Por sua vez, no termo “bolsonaro”, foram classificados os *tweets* em uma malinformação, quatro fatos e cinco não checáveis. O *tweet* que contém malinformação, ilustrado na Figura 11, mostra um usuário que utiliza o aumento de inflação da Espanha para fazer um ataque à mídia brasileira e ao atual cenário político brasileiro. Embora seja embasado em informações que comprovam o aumento da inflação no país citado³³, o usuário não expõe provas de que a mídia procura dados para colocar culpa no atual presidente do Brasil.

³⁰ Disponível em: <https://portalc1.com.br/evento-religioso-com-bolsonaro-reuniu-cerca-de-25-mil-pessoas-em-balneario-camboriu/>. Acesso em 13 de julho de 2022.

³¹ Disponível em: <https://veja.abril.com.br/brasil/o-pt-o-pcc-e-a-morte-de-celso-daniel/>. Acesso em 21 de julho de 2022.

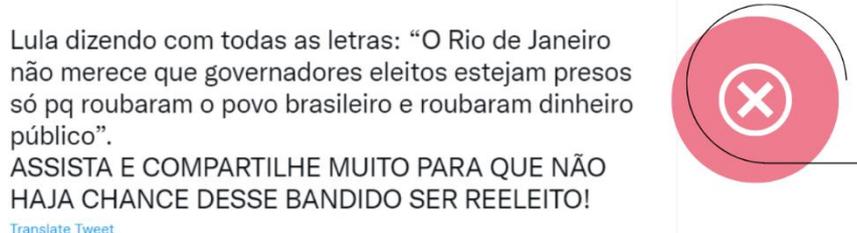
³² Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2022/07/moraes-determina-que-bolsonaristas-apaguem-fake-news-que-liga-pt-ao-pcc.shtml>. Acesso em 21 de julho de 2022.

³³ Disponível em: <https://economia.uol.com.br/noticias/afp/2022/06/29/inflacao-na-espanha-supera-10-e-alcanca-seu-maior-nivel-desde-1985.htm>. Acesso em 22 de julho de 2022.

Figura 11 - Quarta coleta de *tweet* em destaque do termo “bolsonaro”

Fonte: Elaboração própria.

Na quinta e última coleta com o termo “lula”, obteve-se uma desinformação, quatro malinformações, dois fatos e três não checáveis. Nas malinformações checadas, alguns dos *tweets* utilizaram de temáticas já checadas em semanas anteriores, como o assassinato de Celso Daniel e a associação do ex-presidente Lula com PCC. A Figura 12 ilustra a desinformação checada na análise.

Figura 12 - Quinta coleta de *tweet* em destaque do termo “lula”

Fonte: Elaboração própria.

O *tweet* da Figura 12 compartilha um vídeo de um discurso do ex-presidente Lula, que relata sobre a prisão de governadores no Rio de Janeiro. O vídeo anexado ao *tweet* foi manipulado e traz partes que dão a entender, enganosamente, que Lula apoia políticos que roubam dinheiro público. O discurso foi gravado em 2017, em Nova Iguaçu, no Rio de Janeiro, e o discurso na íntegra pode ser visualizado em uma postagem feita pela equipe no ex-presidente na rede social Facebook³⁴. A notícia repercutiu tanto que a Reuters, agência de notícia internacional, fez um processo de checagem e o disponibilizou em seu site³⁵.

Algo evidenciado ao checar este *tweet* (Figura 12) foi que um dos usuários, em comentário na mesma postagem, diz: “É tão surreal que a gente até desconfia que possa ser

³⁴ Disponível em: <https://www.facebook.com/Lula/videos/1520233954712266/>. Acesso em 22 de julho de 2022.

³⁵ Disponível em: <https://www.reuters.com/article/factcheck-lula-politicos-idUSL1N2YS1ID>. Acesso em 22 de julho de 2022.

montagem! O cara é descarado demais, Deus nos livre dessa corja maldita”. Rapidamente associa-se a declaração à pós-verdade, na qual às vezes é nítida a manipulação, ou que existe desinformação para um usuário. Mas, como vai de interesse aos seus ideais, automaticamente rotula-se como verdadeiro e impossibilita o questionamento ou até mesmo a checagem.

Seguindo para o segundo termo da quinta coleta “vídeo”, apenas um *tweet* abordava as eleições presidenciais em seu contexto. O vídeo foi classificado como fato e mostra o presidente Jair Bolsonaro em São Paulo no dia 9 de julho de 2022, na comemoração de 30 anos da “Marcha para Jesus³⁶”. Já no último termo checado, “bolsonaro” obteve uma malinformação, quatro fatos e cinco não checáveis. A Figura 13 evidencia o *tweet* com malinformação.

Figura 13 - Quinta coleta de *tweet* em destaque do termo “bolsonaro”

ABSURDO! Bolsonarista assassina líder do PT em Foz do Iguaçu durante sua festa de aniversário. Nossa solidariedade aos familiares de Marcelo Arruda. Esse é o legado de Jair Bolsonaro para o país: violência, ódio e morte.

[Translate Tweet](#)



Fonte: Elaboração própria.

O *tweet* acima traz em seu contexto um assunto bastante recorrente na semana de análise, o assassinato de Marcelo Arruda, membro da direção do PT de Foz do Iguaçu, que ocorreu no dia 9 de julho de 2022 e causou muita repercussão nas redes sociais (LOPES, 2022). O *tweet* relata que um apoiador do atual presidente Jair Bolsonaro assassinou um líder do PT, sendo uma informação correta, conforme a CNN Brasil³⁷. Entretanto, o usuário afirma que é um “legado de Jair Bolsonaro para o país: violência, ódio e morte”, caracterizando o *tweet* como malinformação, pois utiliza de um fato para caracterizar o atual presidente como “violência, ódio e morte”.

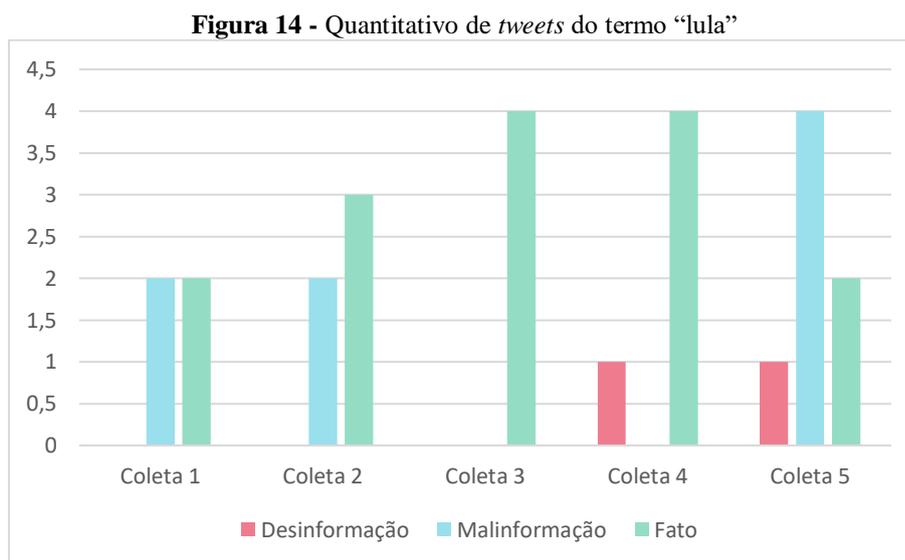
Diante das análises realizadas nas cinco coletas, dos 150 *tweets* analisados, 95,33% das contas são de usuários verificados ligados direta ou indiretamente a partidos eleitorais. Eles utilizam de seu prestígio social para informar ou desinformar, com o intuito de gerar

³⁶ Disponível em: <https://g1.globo.com/sp/sao-paulo/noticia/2022/07/09/marcha-para-jesus-reune-milhares-de-fieis-em-sao-paulo-neste-sabado.ghtml>. Acesso em 22 de julho de 2022.

³⁷ Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/politica/crime-em-foz-o-que-se-sabe-sobre-o-assassinato-do-petista-marcelo-arruda/>. Acesso em 25 de julho de 2022.

informações que tomem grandes proporções, muita das vezes fantasiadas de opiniões, mas a fim de disseminar inverdades.

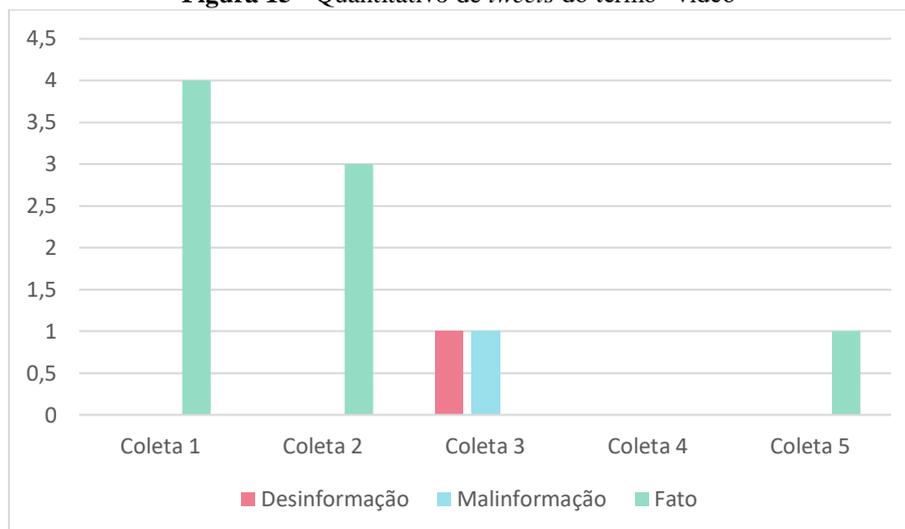
A Figura 14, assim como as Figuras 15 e 16, ilustram gráficos no quais é possível perceber os *tweets* e suas classificações como desinformação, malinformação e fato ao longo de cada coleta. No primeiro gráfico, é notório o desempenho de mensagens verídicas, totalizando cerca de 30% do total da checagem ao termo “lula”, 16% dos *tweets* classificados como malinformação e 4% como desinformação.



Fonte: Elaboração própria.

Por sua vez, no termo “vídeo” (Figura 15) é efetuado o quantitativo em cima dos 13 *tweets* que abordavam as eleições em sua temática (total de 13 *tweets*). Sendo assim, cerca de 7,7% dos *tweets* checados contêm desinformação em seu contexto, 7,7% são malinformação e 61% foram considerados fatos.

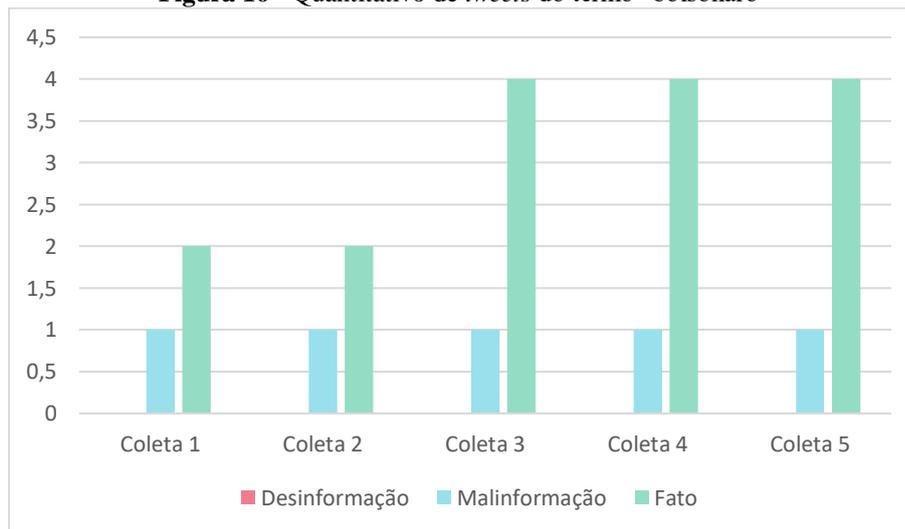
Figura 15 - Quantitativo de *tweets* do termo “vídeo”



Fonte: Elaboração própria.

Por outro lado, no termo “bolsonaro” (Figura 16), cerca de 10% dos *tweets* contêm malinformação e 32% são originados de fatos. É importante ressaltar que, diante dos *tweets* analisados, nenhum foi classificado como desinformação em seu contexto total.

Figura 16 - Quantitativo de *tweets* do termo “bolsonaro”

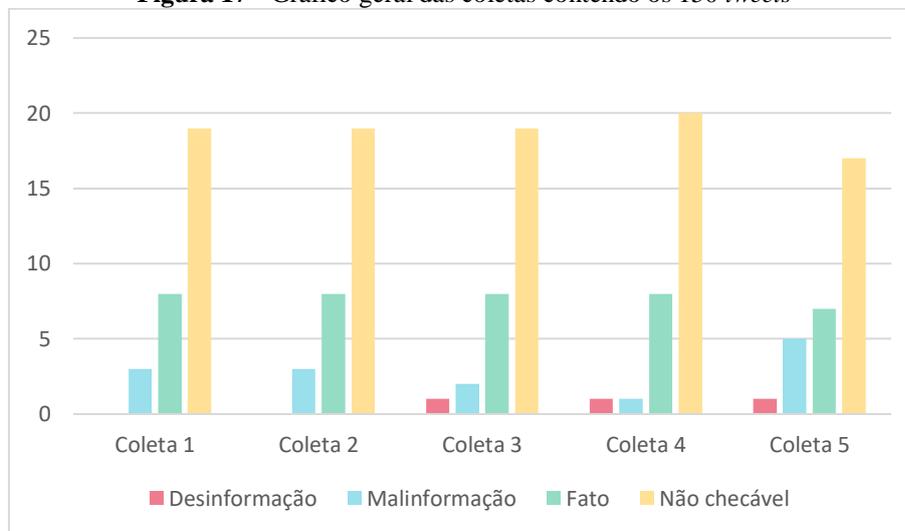


Fonte: Elaboração própria.

A Figura 17 ilustra um quadro geral dos 150 *tweets* analisados. Os *tweets* não checados são maioria, mostrando que o Twitter tem um público diferente das redes sociais mais acessadas, a exemplo do Facebook ou Instagram, que investem em um desempenho mais visual, como vídeos, fotos e infográficos. Segundo Guilherme Ribenboim, diretor-geral do Twitter no Brasil, a plataforma visa trabalhar com interesses e opiniões (MENA, 2016). Para Sulz (2020),

o Twitter também é marcado por usuários que compartilham de sua rotina e se mostra relevante, principalmente, por manter um espaço de expressão.

Figura 17 - Gráfico geral das coletas contendo os 150 *tweets*



Fonte: Elaboração própria.

Nessa perspectiva, o motivo para preocupação é que muitas vezes opiniões podem estar disfarçadas de desinformação e acabam sendo replicadas por outros usuários. Dos 150 *tweets* analisados, 113 envolviam as eleições presidenciais; desses *tweets*, 50,4% expressavam opiniões ou abordavam temas mais complexos, de difícil checagem, até a data da análise. Desse modo, seguiram-se os critérios adotados pela Agência Lupa (no que se refere a: não checar opiniões, previsões de futuro, tendências e/ou conceitos amplos).

Por outro lado, os *tweets* considerados fatos ocuparam uma marca de 34,5%, em virtude do compartilhamento por portais jornalísticos e perfil oficial dos candidatos à presidência. Ao examinar os conteúdos entre os 113 *tweets*, nota-se que cerca 12,4% foram classificados como malinformação, sendo a quinta coleta a de maior quantidade. Por exemplo, quando se observa o gráfico de desinformação na Figura 17, nota-se que 3 *tweets* retratam desinformação, representando 2,7% do total.

5 CONSIDERAÇÕES

Este trabalho visou abordar a receptividade da informação e desinformação através da rede social Twitter, no contexto político das eleições presidenciais do Brasil, em 2022. Analisar o desenvolvimento teórico foi uma das maneiras de entender os fenômenos que as narrativas

fraudulentas ocasionam, principalmente em cenários políticos, nos quais a democracia pode ser afetada.

Determinar os malefícios causados pela desinformação é um processo que necessita de análise e discussão, pois assim como apresentado por Wardle (2017), classificar desinformação como *fake news* e tê-la apenas ao meio digital não define a complexidade das desinformações e suas diferentes perspectivas. É sabido que pessoas fora do meio digital também são propagadoras, tendo ou não a intenção de disseminar a desinformação.

Através da plataforma de checagem Agência Lupa, foi possível identificar no mês de maio de 2022 os termos mais mencionados no contexto da checagem, onde se criou uma nuvem de palavras que identificou 144 termos mais mencionados, e a partir daí, as palavras que obtiveram mais resultados: “lula”, “vídeo” e “bolsonaro”.

Em síntese, a malinformação acaba encontrando um terreno fértil nas eleições. A distorção da verdade é bastante presente nessa classificação, o que acaba sendo um alerta, pois muitas vezes a desinformação é mascarada de opinião e acaba dificultando a checagem. Como analisado por Jamieson (1992), que destaca que “desassociar notícias de opinião se torna um dos principais desafios do jornalismo investigativo”.

Nota-se que a checagem de fatos possui limitações. Por exemplo, algo que não possa ser checado hoje, pode ser nos próximos dias. Isso acontece devido à transparência de dados, divulgados apenas após uma repercussão da sociedade para ser esclarecida. Dessa forma, determinar agravantes da desinformação no período eleitoral brasileiro, com enfoque ao processo presidencial de 2022, faz-se necessário para que estudos sobre a desinformação, principalmente em período de eleição e de pandemia, munam a sociedade de fatos.

Por fim, indica-se que novos estudos sejam realizados para identificar a intensidade dessas desinformações após o período de pré-campanha, para assim, conseguir identificar se houve aumento nas desinformações e quais rumos estão tomando. Assim, torna-se evidente o potencial de replicação desta metodologia em outros períodos de eleições presidenciais.

REFERÊNCIAS

ALVES, Cintia. **Jornalista corrige imprensa: sequestradores de Abílio Diniz foram extraditados, não libertados.** 2022. Disponível em: <https://jornalgn.com.br/noticia/jornalista-corrige-imprensa-sequestradores-de-abilio-diniz-foram-extraditados-nao-libertados/>. Acesso em: 08 jul. 2022.

BRAUN, Daniela. **Brasil tem a quarta maior base de usuários do Twitter no mundo.** 2022. Disponível em: <https://valorinveste.globo.com/mercados/internacional-e->

commodities/noticia/2022/04/25/brasil-tem-a-quarta-maior-base-de-usuarios-do-twitter-no-mundo.ghtml. Acesso em: 10 maio 2022.

CAZETTA, Jhonny Póvoa; REIS, Ana Isabel. As fontes dos serviços de fact-checking luso-brasileiros. **Comunicação Pública**, v. 14, n. 27, 2019.

DEWEY, Caitlin. **6 in 10 of you will share this link without reading it, a new, depressing study says**. 2016. Disponível em: <https://www.washingtonpost.com/news/the-intersect/wp/2016/06/16/six-in-10-of-you-will-share-this-link-without-reading-it-according-to-a-new-and-depressing-study/>. Acesso em: 2 ago. 2022.

EQUIPE LUPA (Rio de Janeiro). Agência Lupa. **O que é a Agência Lupa?** 2015. Disponível em: <https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/2015/10/15/como-selecionamos-asfrases-que-serao-checkadas/>. Acesso em: 16 mar. 2022.

FERREIRA, Flávio. **Entenda por que Lula é inocente sem ter sido inocentado**. 2022. Disponível em: https://br.noticias.yahoo.com/entenda-por-que-lula-%C3%A9-164900054.html?guccounter=1&guce_referrer=aHR0cHM6Ly93d3cuZ29vZ2xlLmNvbS8&guce_referrer_sig=AQAAAILRo9mZHE1POUWERSxncQGxVosJtAjPffp8fu7RrhdUjzRC-h4gKE1APFPxeR5mNyNT5sz1dF1q8YuteF1Vv_hacvR4PgD_CNixLR-IMtehA5Fe7zkLeONt8uzeb-0jW5JOIoflhJoatp5Dwnhja-43IIx0WvthTBioZ0r7xPb3. Acesso em: 06 jul. 2022.

GIELOW, Igor. **Datafolha: 55% dizem não votar em bolsonaro de jeito nenhum, ante 35% em lula**. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2022/06/datafolha-55-dizem-nao-votar-em-bolsonaro-de-jeito-nenhum-ante-35-em-lula.shtml>. Acesso em: 11 jul. 2022.

GOMES, Pedro Henrique. **Bolsonaro participa de inauguração de vice-consulado em Orlando, na Flórida**. 2022. Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/noticia/2022/06/11/bolsonaro-participa-de-inauguracao-de-vice-consulado-em-orlando-na-florida.ghtml>. Acesso em: 04 jul. 2022.

ISLAM, Md Saiful et al. COVID-19–Related Infodemic and Its Impact on Public Health: a global social media analysis. **The American Journal Of Tropical Medicine And Hygiene**, [S.L.], v. 103, n. 4, p. 1621-1629, 7 out. 2020.

JAMIESON, K. H. **Dirty politics: Deception, distraction, and democracy**. Oxford University Press on Demand, 1992.

LOICQ, Marlène. **Médias et interculturalité: l'éducation aux médias dans une perspective comparative internationale (Australie, Québec, France)**. 2012.

LOPES, Léo. **Crime em Foz: o que se sabe sobre o assassinato do petista marcelo arruda**. 2022. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/politica/crime-em-foz-o-que-se-sabe-sobre-o-assassinato-do-petista-marcelo-arruda/>. Acesso em: 25 jul. 2022.

MENA, Isabela. **“Não gosto de hierarquia. Não é esse o nome do jogo”**. 2016. Disponível em: <https://www.projetodraft.com/o-twitter-esta-sendo-uma-plataforma-fundamental-nesse-momento-atual-do-brasil/>. Acesso em: 27 jul. 2022.

MORAIS, Osvando; PRADO, Jean. A checagem de fatos (fact-checking) como nova prática jornalística: história, crescimento e profissionalização. In: **Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste**. 2018.



OLIVEIRA, Diogo Lopes de; MORENO, Erick; LEWENSTEIN, Bruce. Media Representations of Official Declarations and Political Actions in Brazil During the COVID-19 Pandemic. **Frontiers in Communication**. 2021.

PRADO, Magaly Parreira do. Deepfake de áudio: manipulação simula voz real para retratar alguém dizendo algo que não disse. **TECCOGS: Revista Digital de Tecnologias Cognitivas**, n. 23, 2021.

SEIBT, Taís. **Jornalismo de verificação como tipo ideal: a prática de fact-checking no Brasil**. Tese (Doutorado em Comunicação), Rio Grande do Sul, 2019.

SPRING, Marianna. **Coronavírus: o menino de 5 anos que ficou cego e outros efeitos trágicos das informações falsas sobre a covid-19**. 2020. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/internacional-53054554>. Acesso em: 16 mar. 2022.

SULZ, Paulino. **O guia completo de Redes Sociais: saiba tudo sobre as plataformas de mídias sociais**. 2020. Disponível em: <https://rockcontent.com/br/blog/tudo-sobre-redes-sociais/>. Acesso em: 27 jul. 2022.

TARDÁGUILA, Cristina. **Discursos checados**. 2014. Disponível em: <https://blogs.oglobo.globo.com/preto-no-branco/post/discursos-checados-545079.html>. Acesso em: 14 dez. 2022.

TAVARES, Bruno. **Milton Ribeiro diz ter recebido ligação de Bolsonaro: o presidente me ligou (...) ele acha que vão fazer uma busca e apreensão'**. 2022. Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/noticia/2022/06/24/milton-ribeiro-diz-ter-recebido-ligacao-de-bolsonaro-ele-acha-que-va-fazer-uma-busca-e-apreensao.ghtml>. Acesso em: 12 jul. 2022.

TAVARES, Leonardo Pereira; ALMEIDA, Lígia Beatriz Carvalho de. Pandemia e disseminação de fake news no brasil: uma análise a partir de uma plataforma de fact-checking. **Simpósio Internacional de Educação e Comunicação - SIMEDUC**, n. 10, 2021.

TAVARES, Leonardo Pereira; MAGALHÃES, Marina; BRITO, H. C. Desinformação em meio à pandemia: análise da disseminação de fake news na rede social Twitter. **Revista Temática**, v. 16, n. 9, p. 294-310, 2020.

TEAM, R. Core et al. R: **A language and environment for statistical computing**. 2013.

WARDLE, Claire. **Entender a desordem informacional**. 2020. Disponível em: https://firstdraftnews.org/wp-content/uploads/2020/07/Information_Disorder_Digital_AW_PTBR.pdf?x76851. Acesso em: 27 jun. 2022.

_____. **Fake news. It's complicated**. 2017. First Draft. Disponível em: <https://firstdraftnews.org/articles/fake-news-complicated/>. Acesso em: 18 mar. 2022.



PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO DA UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA

Original recebido em: 10 de novembro de 2022
Aceito para publicação em: 13 de dezembro de 2022

Leonardo Pereira Tavares

Graduado em Comunicação Social com linha de formação em Educomunicação pela Universidade Federal de Campina Grande

Gustavo de Souza Silva

Graduado em Comunicação Social com linha de formação em Educomunicação pela Universidade Federal de Campina Grande, mestrando em Comunicação e Culturas Midiáticas da linha de pesquisa Mídia, Cotidiano e Imaginário pela Universidade Federal da Paraíba e pesquisador bolsista da Fundação de Apoio à Pesquisa do Estado da Paraíba

Diogo Lopes de Oliveira

Professor Adjunto C4 do Curso de Comunicação Social da Universidade Federal de Campina Grande e Professor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal da Paraíba



Esta obra está licenciada com uma Licença
Creative Commons Atribuição-NãoComercial-CompartilhaIgual 4.0 Internacional

